SÜDTIROL

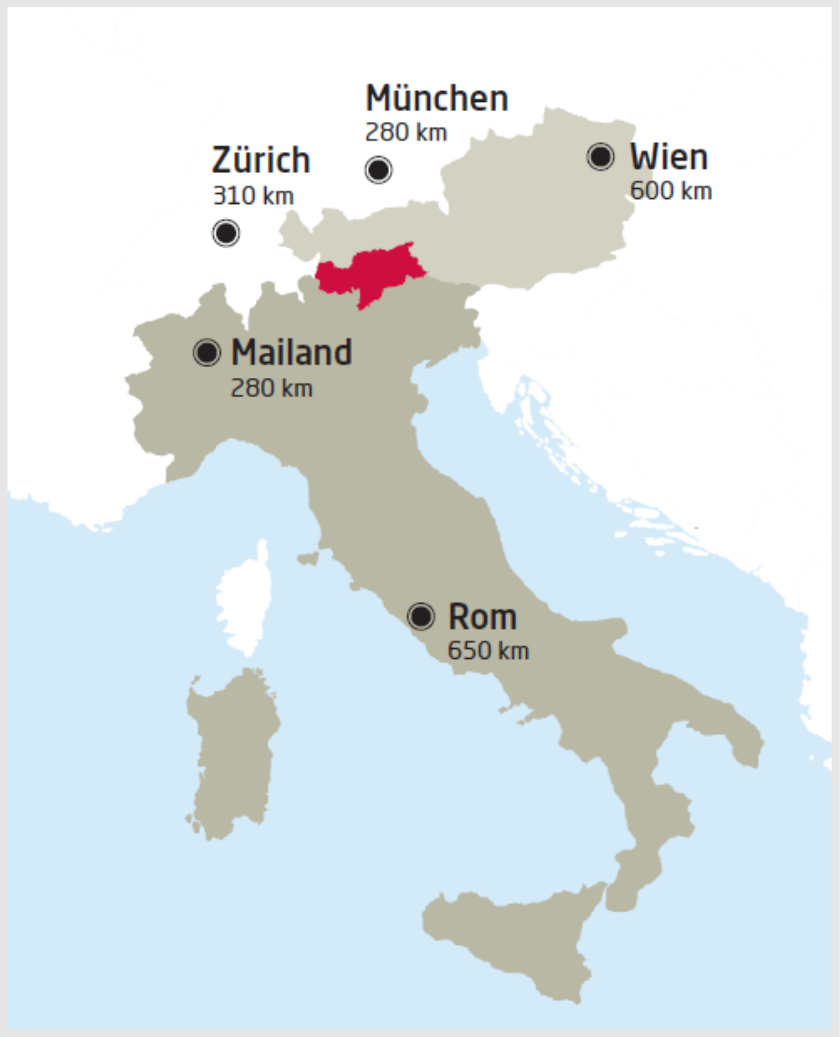
Ein Wirtschaftsportrait

Bozen, 28. November 2025

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

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

GEOGRAFISCHE LAGE



Südtirol 2024

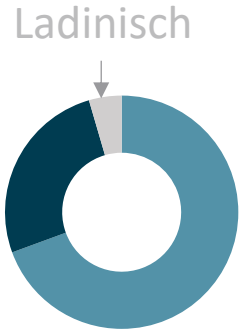
539.386 Einwohner

7.400 km²

1% der Bevölkerung Italiens

Quelle: ASTAT, ISTAT

SPRACHGRUPPEN IN SÜDTIROL



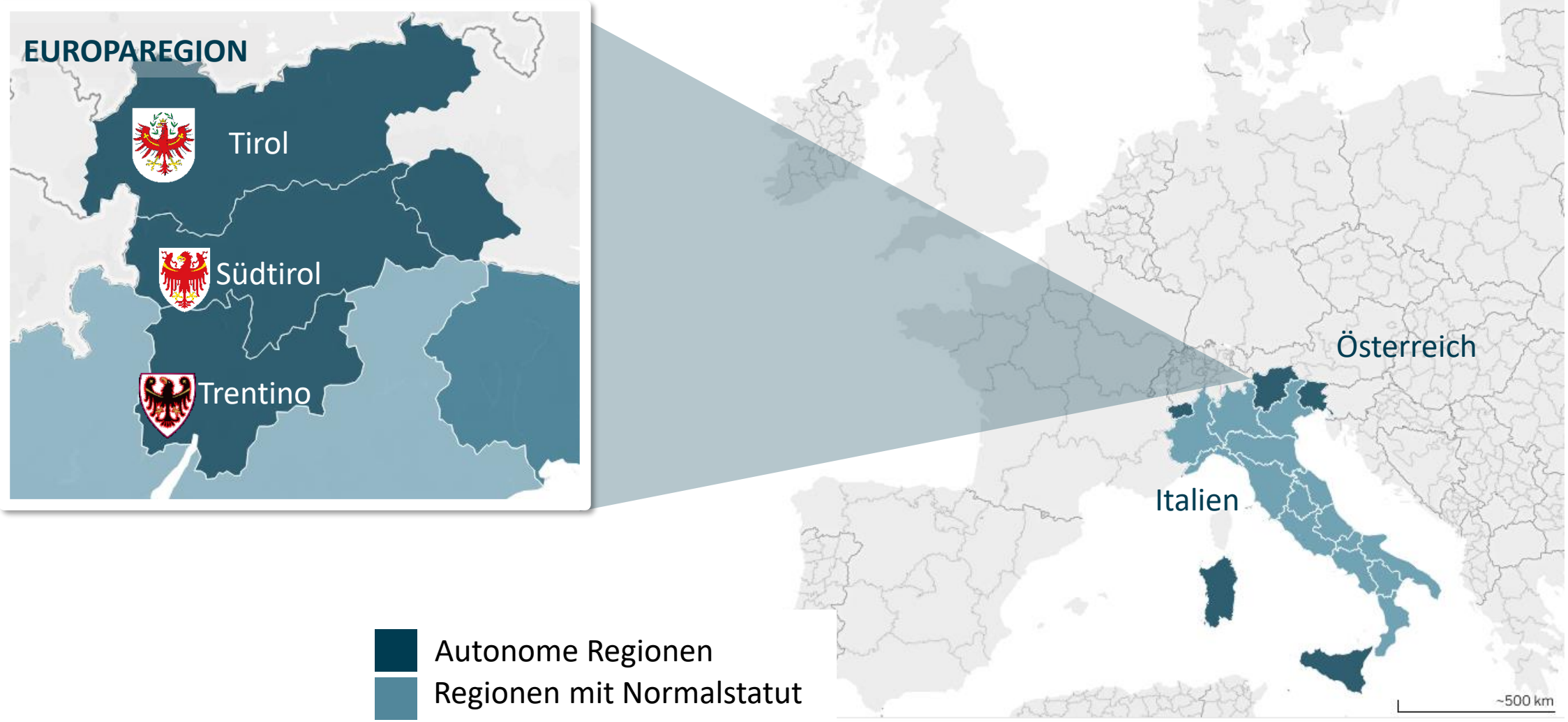
SPRACHEN IN SÜDTIROL

DEUTSCH

ITALIENISCH

Quelle: ASTAT

EUROPAREGION TIROL-SÜDTIROL-TRENTINO



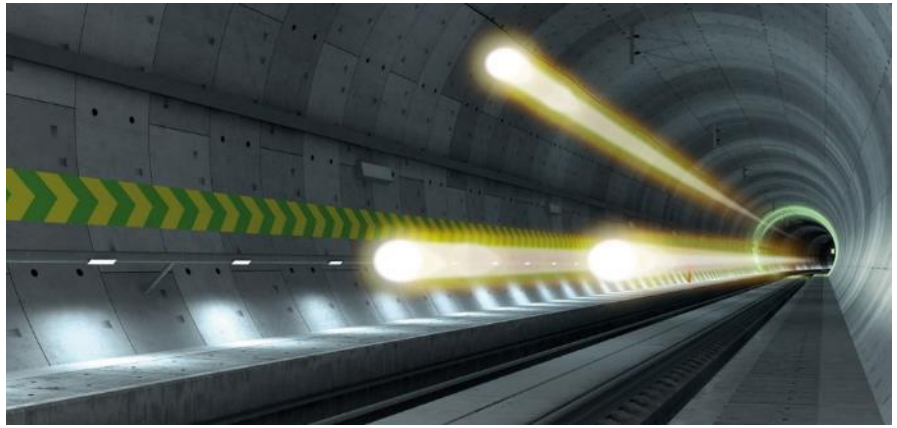
SÜDTIROL AUF DER NORD-SÜD-ACHSE EUROPAS

Scan-Med Korridor von Helsinki bis La Valletta (Malta)

Brenner Basistunnel

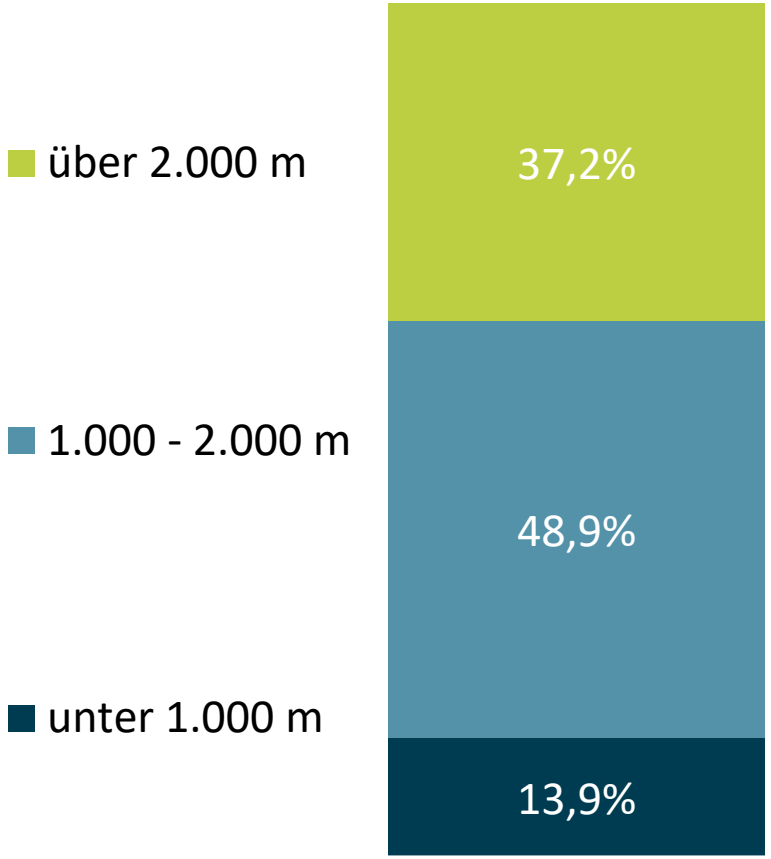
Länge: 64 km

Geplante Eröffnung: 2032



SÜDTIROL – LAND IM GEBIRGE

Verteilung der Fläche nach Meereshöhe



¼ ist Schutzgebiet

Quelle: ASTAT, ISTAT

SEHENSWÜRDIGKEITEN

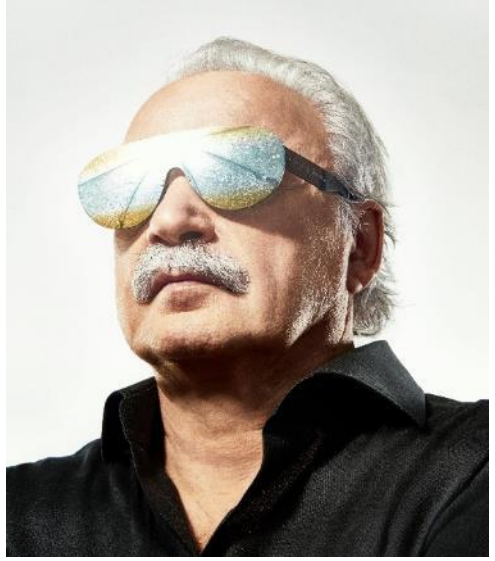
SÜDTIROL IM FILM

SÜDTIROLER BERÜHMTHEITEN

KASTELRUTHER SPATZEN
35. Spatzenfest: 60.000 Besucher

ÖTZI
296.066 Besucher (2018) im Archäologiemuseum Bozen

JANNIK SINNER
Erfolgreicher Tennisspieler, Nr. 1 der Weltrangliste (2024)



GIORGIO MORODER
4 Grammys
3 Oscars

REINHOLD MESSNER
Bestieg als Erster alle 14 8.000er

WIRTSCHAFT

SÜDTIROLER WIRTSCHAFT: ÜBERSICHT

aktive Unternehmen
(Stand 31.12.2024)

BIP / Kopf
(2023)

38,100 €
EU-27
(2023)

davon

20.029
in der Landwirtschaft

gewerblich

36.134.880
Touristische Nächtigungen
(2024)

Quelle: ISTAT, ASTAT, Eurostat; Auswertung WIFO

SÜDTIROLER WIRTSCHAFT: ÜBERSICHT

61.761

aktive Unternehmen

(Stand 31.12.2024)

davon

20.029 in der Landwirtschaft

41.732 gewerblich

59,800 €

BIP / Kopf

(2023)

38,100 €

EU-27

(2023)

37.076.465

Touristische Nächtigungen

(2024)

Quelle: ISTAT, ASTAT, Eurostat; Auswertung WIFO

SÜDTIROLS WIRTSCHAFT: BRUTTOINLANDSPRODUKT - 2023

Regionales BIP pro Kopf nach Nuts 2 Regionen

Südtirol

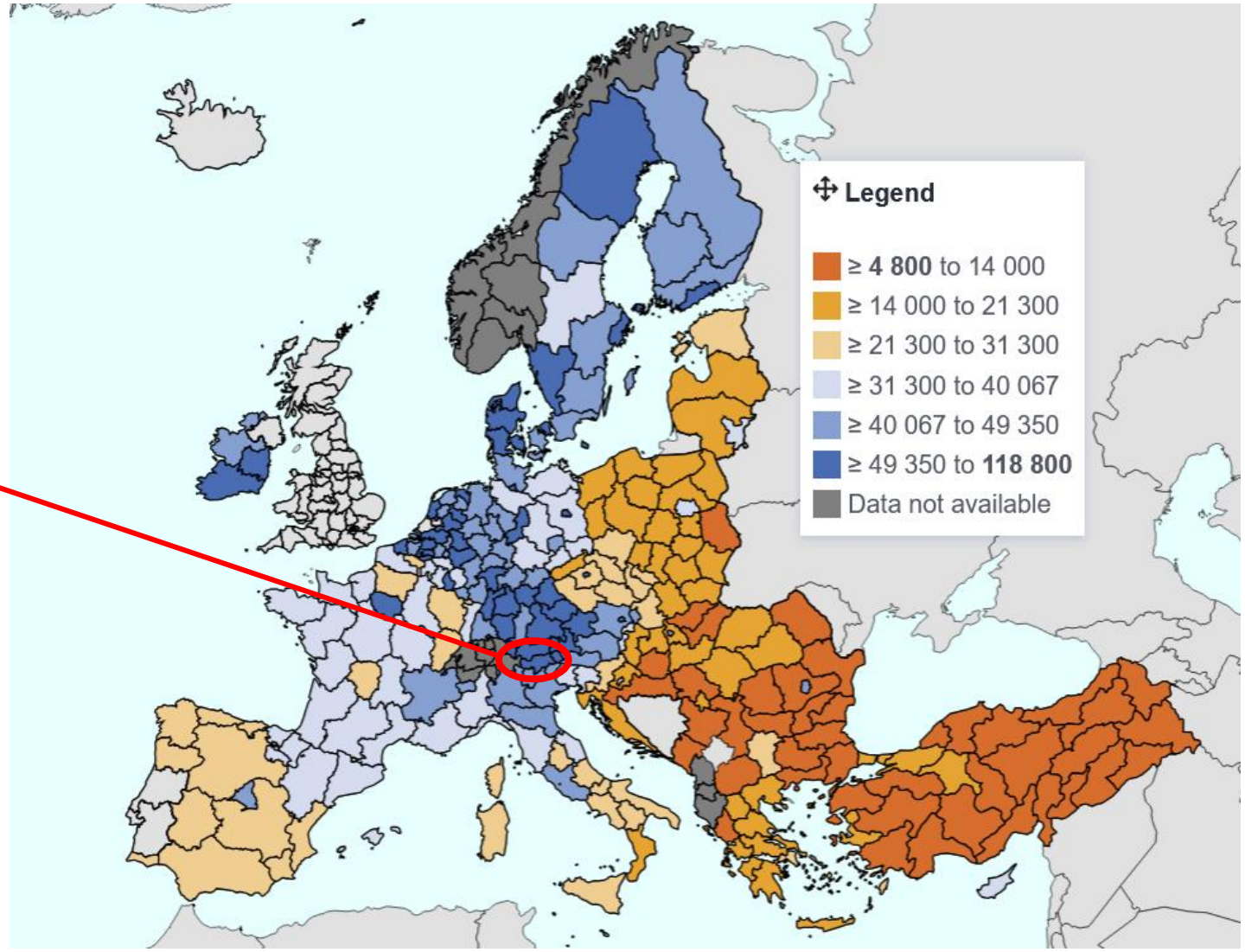
59,800 €

BIP pro Kopf

EU-27

38,100 €

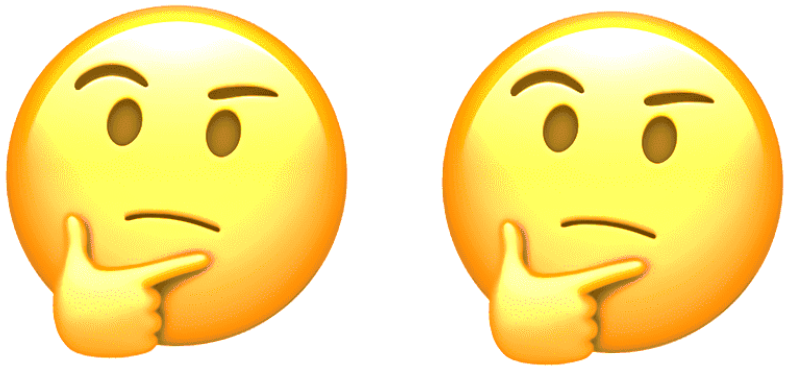
BIP pro Kopf



Quelle: Eurostat

WERTSCHÖPFUNG 2022

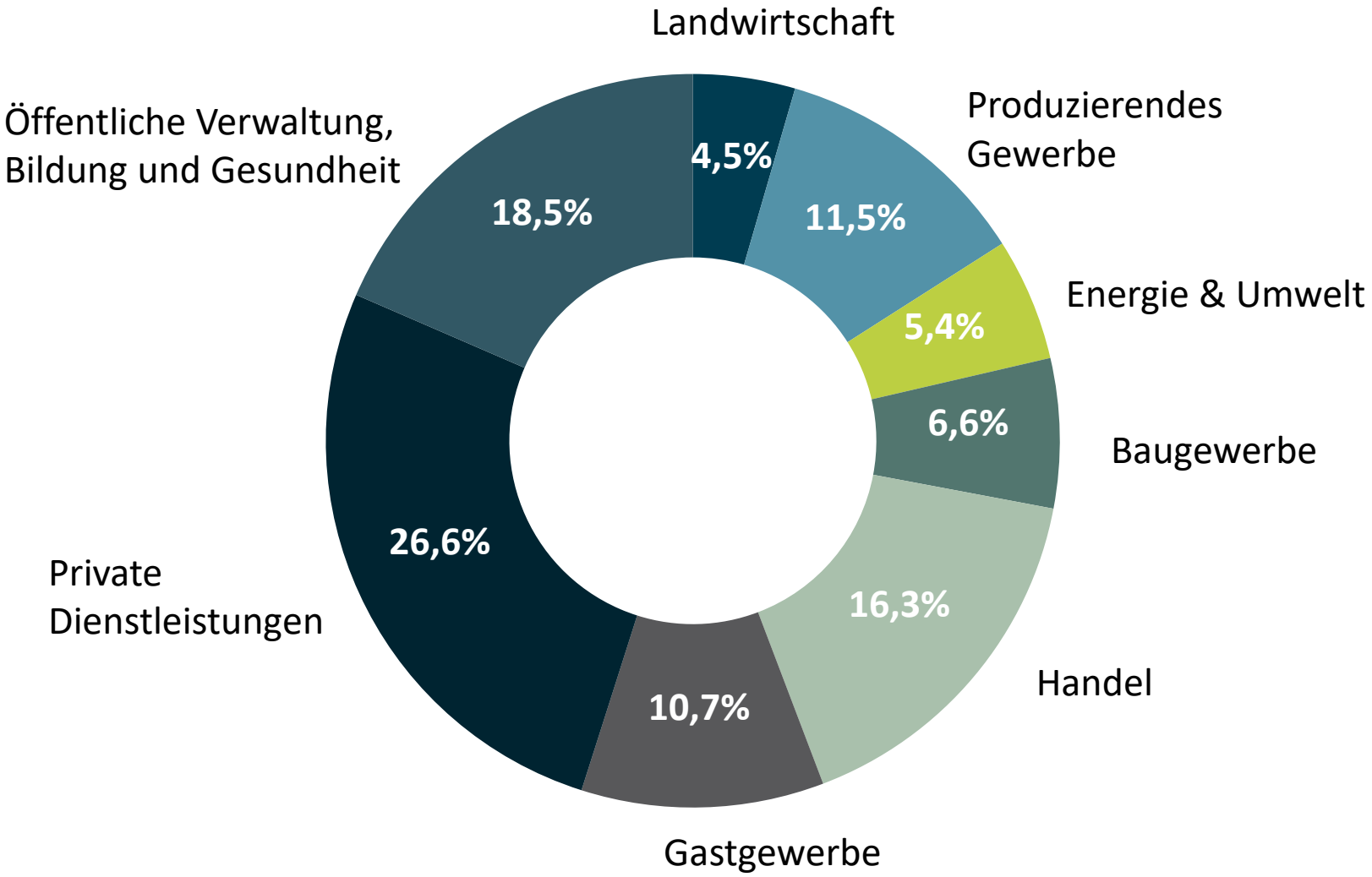
Verteilung nach Wirtschaftsbereich in Prozent



Quelle: ISTAT; Ausarbeitung WIFO

WERTSCHÖPFUNG - 2022

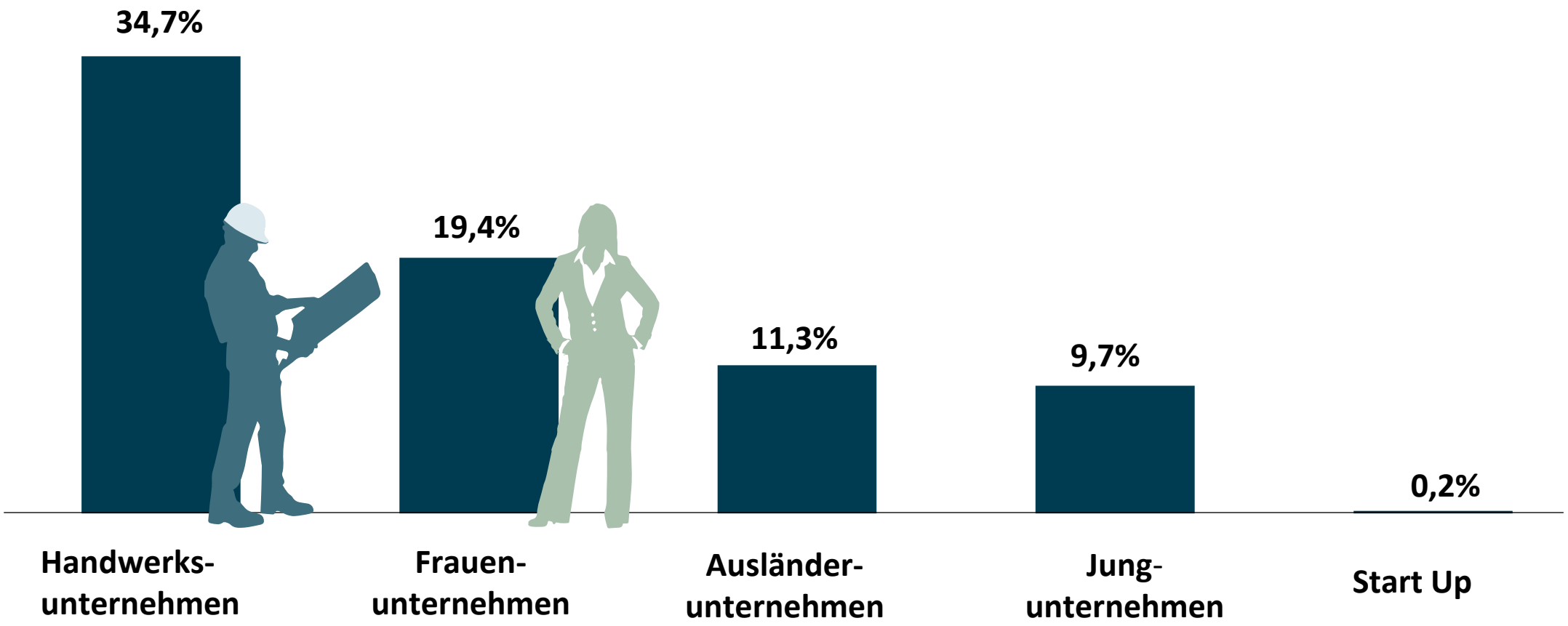
Verteilung nach Wirtschaftsbereich in Prozent



Quelle: ISTAT; Ausarbeitung WIFO

UNTERNEHMENSTYPOLOGIEN - 2024

Anteil an den aktiven Unternehmen in Prozent (ohne Landwirtschaft)

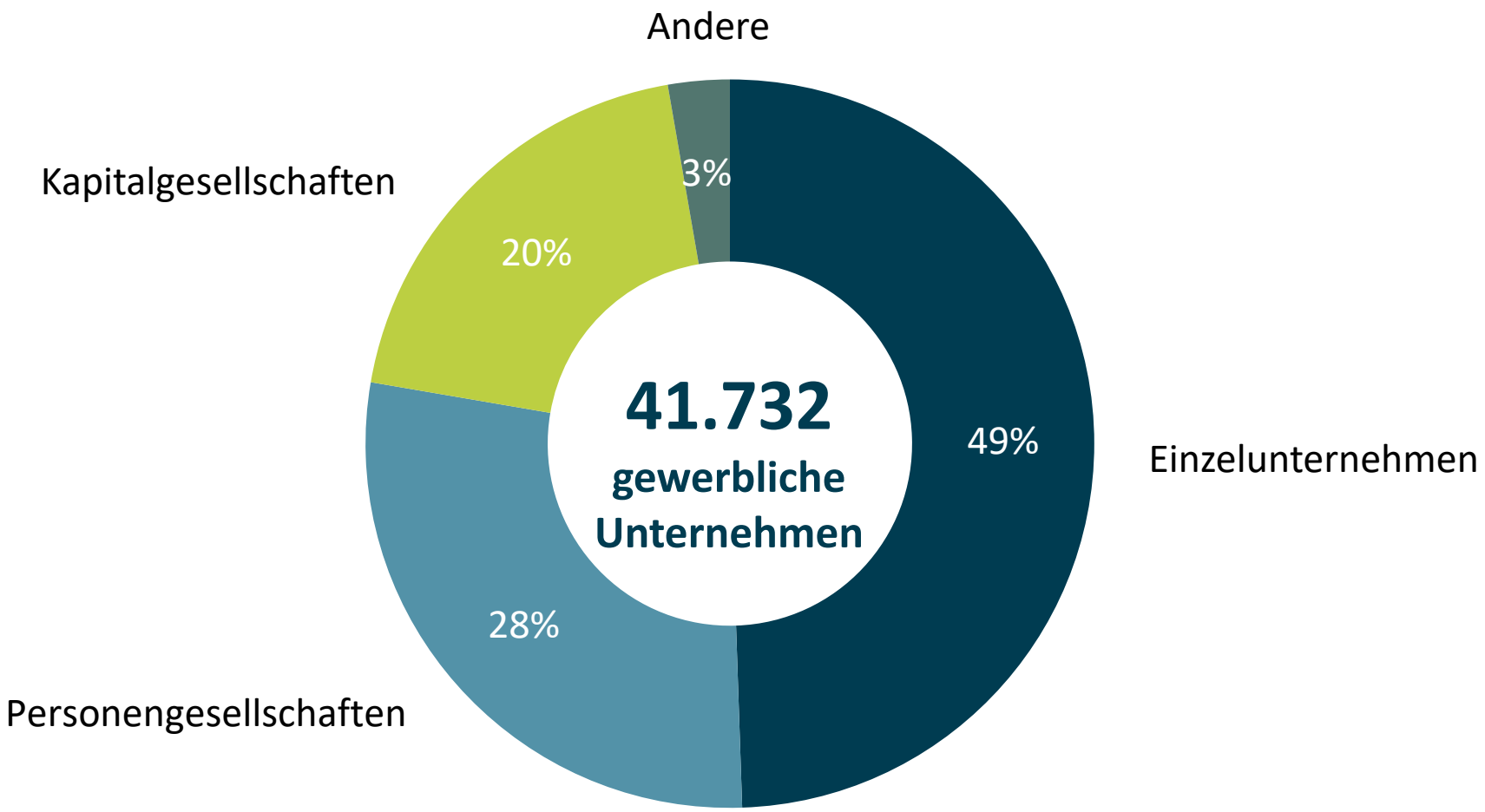


Quelle: Handelsregister; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

UNTERNEHMEN NACH GESELLSCHAFTSFORM - 2024

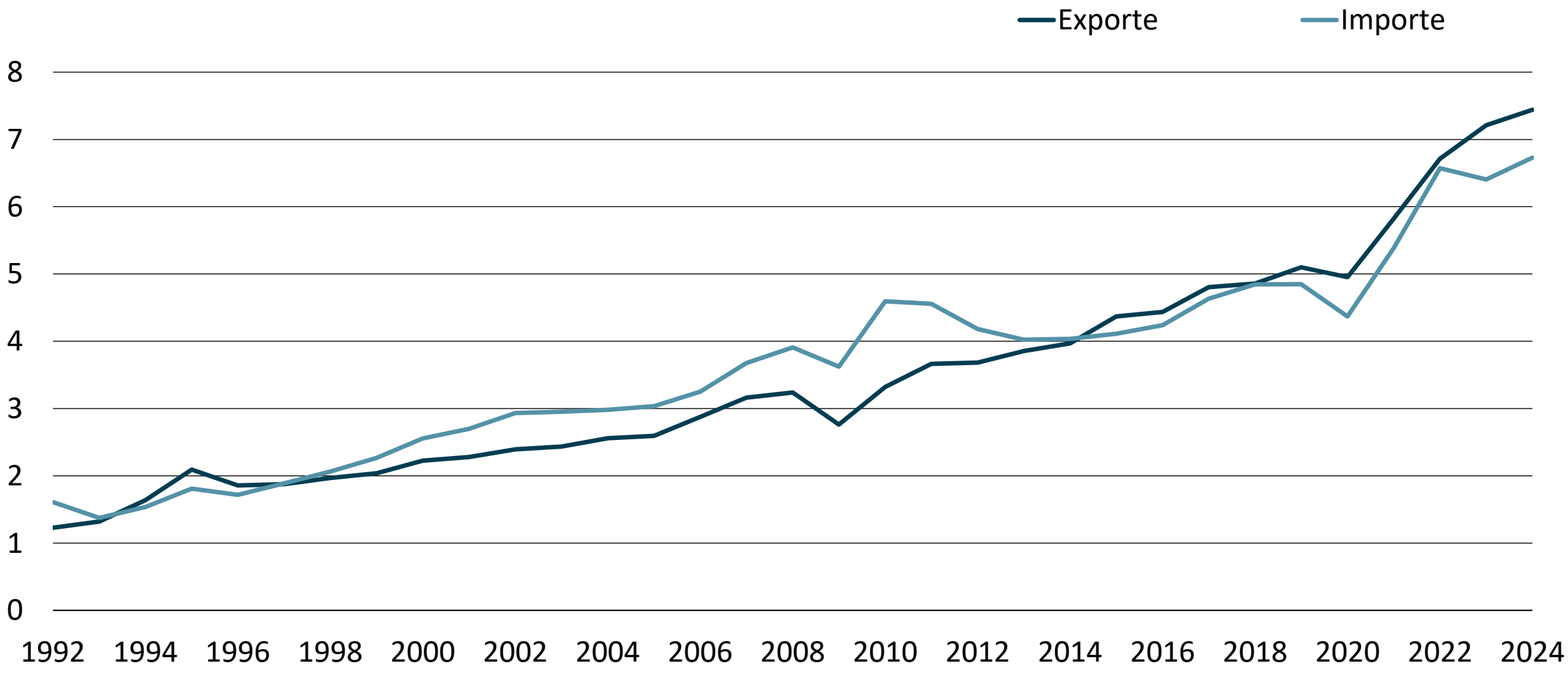
Verteilung der aktiven Unternehmen in Prozent (ohne Landwirtschaft)



Quelle: Handelsregister; Ausarbeitung WIFO

ENTWICKLUNG DES SÜDTIROLER AUSSENHANDELS

Werte in Milliarden Euro



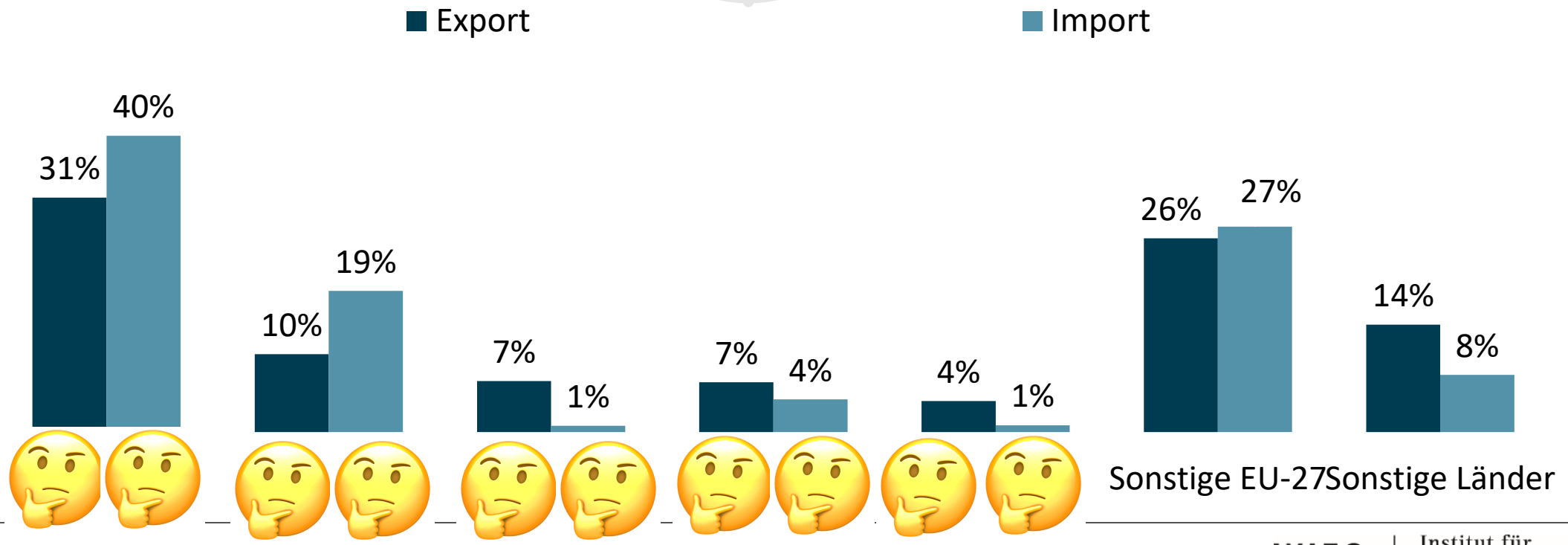
Quelle: ISTAT (Coeweb), Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

AUSSENHANDEL - 2024

7,44 Mrd. € — **EXPORT**

6,73 Mrd. € — **IMPORT**



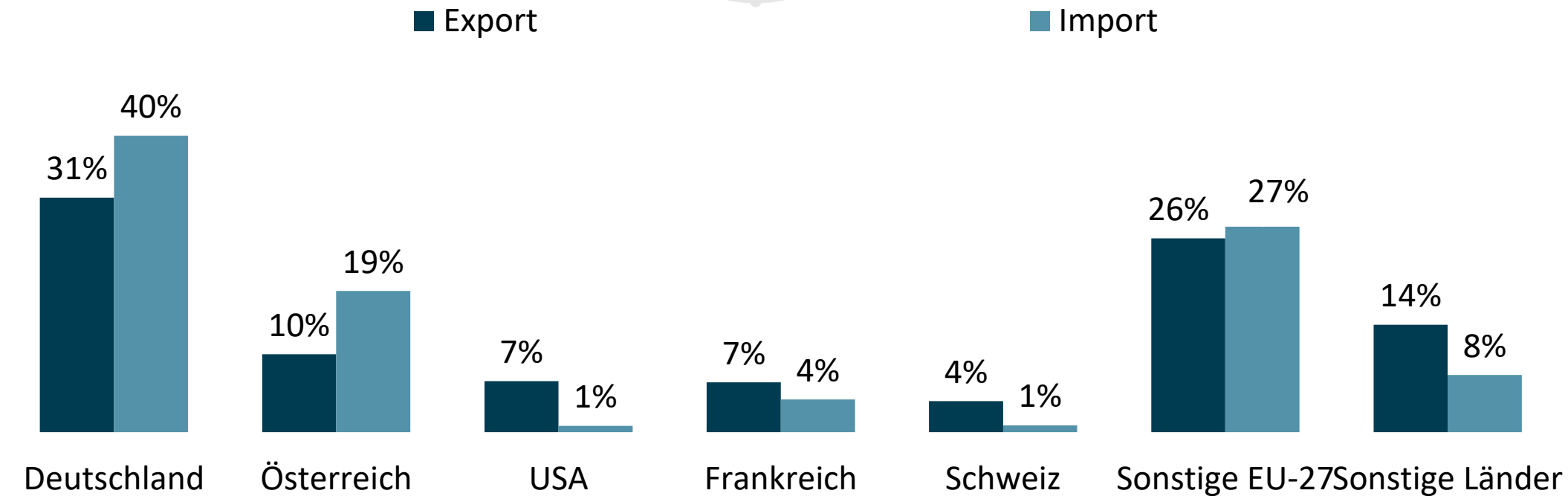
Quelle: ISTAT (Coeweb)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

AUSSENHANDEL - 2024

7,44 Mrd. € — **EXPORT**

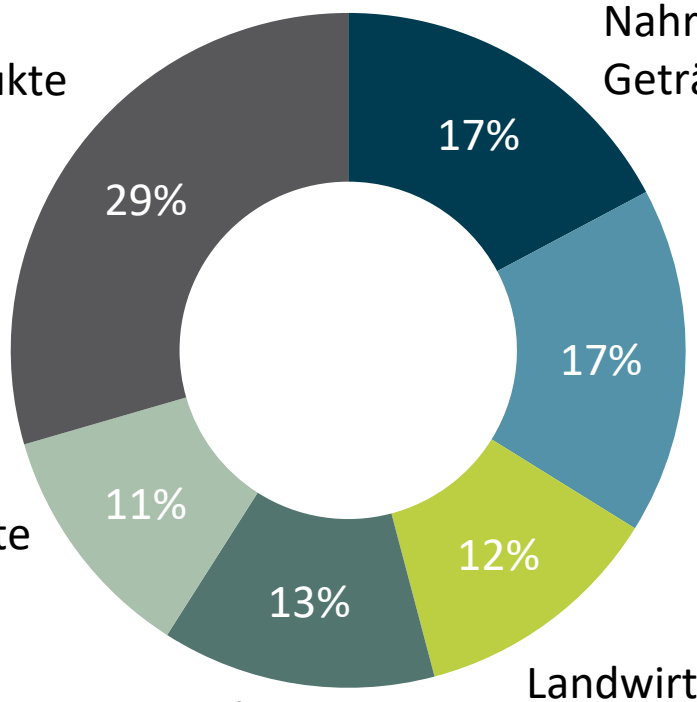
6,73 Mrd. € — **IMPORT**



Quelle: ISTAT (Coeweb)

WICHTIGSTE EXPORTGÜTER 2014-2024

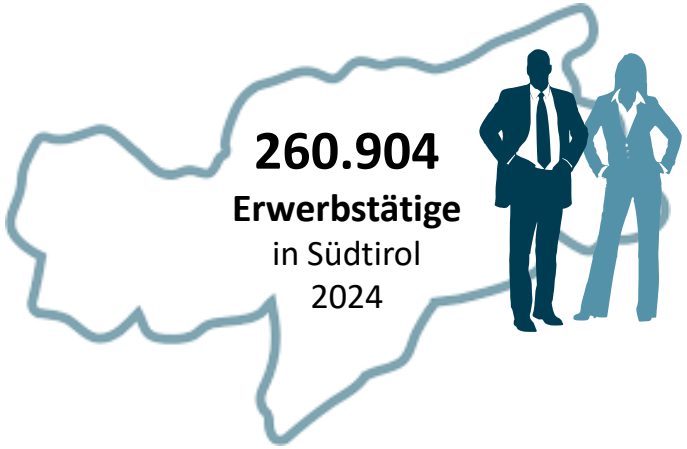
Verteilung nach Produktwert in Prozent



Quelle: ISTAT; Ausarbeitung WIFO

SÜDTIROLS ARBEITSMARKT IM ÜBERBLICK

539.386
Einwohner
(31.12.2024)



Beschäftigte
+7,1%
(2014-2024)

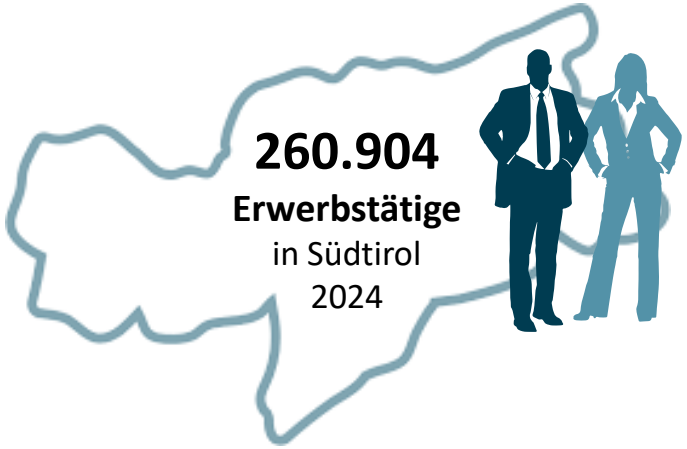
	Erwerbstätigenquote	Arbeitslosenquote
Südtirol	🤔	2,0%
EU-27	70,8%	5,9%

Alle Daten: Mittelwert 2024

Quelle: ASTAT, Eurostat, Amt für Arbeitsmarktbeobachtung; Ausarbeitung WIFO

SÜDTIROLS ARBEITSMARKT IM ÜBERBLICK

539.386
Einwohner
(31.12.2024)



Beschäftigte
+7,1%
(2014-2024)

	Erwerbstätigenquote	Arbeitslosenquote
Südtirol	74,2%	2,0%
EU-27	70,8%	5,9%

Alle Daten: Mittelwert 2024

Quelle: ASTAT, Eurostat, Amt für Arbeitsmarktbeobachtung; Ausarbeitung WIFO

TOURISMUS

© IDM Südtirol-Alto Adige/Manuel Ferrigato

TOURISMUS IM ÜBERBLICK

8,7 Mio. Touristen und Touristinnen
pro Jahr (Ankünfte 2024) – auf eine halbe Million Einwohner

37,1 Mio. Übernachtungen
pro Jahr (2024) – auf 253.592 Betten
Auslastung 2024: 40,2 %

Herkunftsländer:
7/10 kommen aus **Deutschland** oder **Italien**

Aufenthaltsdauer: 4,2 Tage
(Durchschnitt 2024)

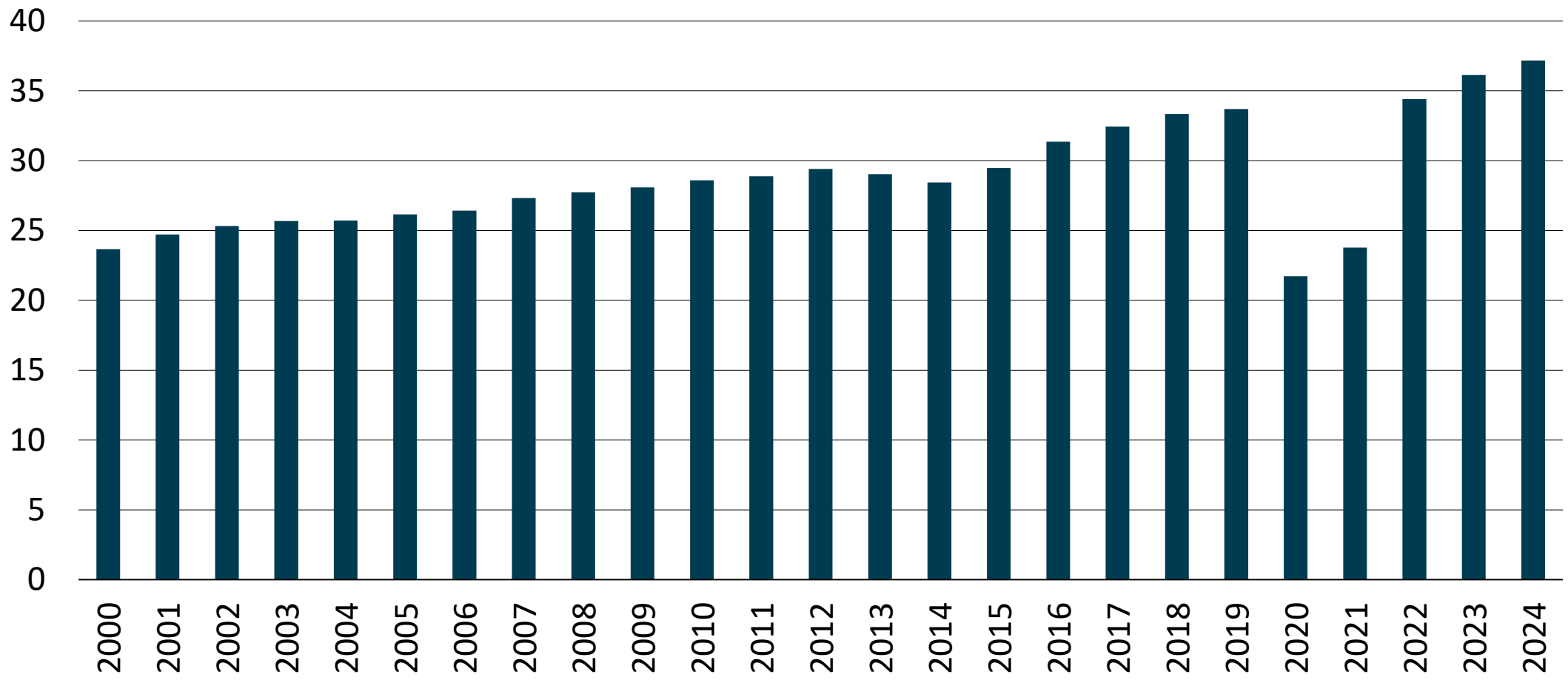
Anzahl der Nächtigungen

★★★ 3 Sterne Betriebe sind die meist gebuchte Beherbergungskategorie

Quelle: ASTAT

ENTWICKLUNG DER TOURISTISCHEN NÄCHTIGUNGEN 2000-2024

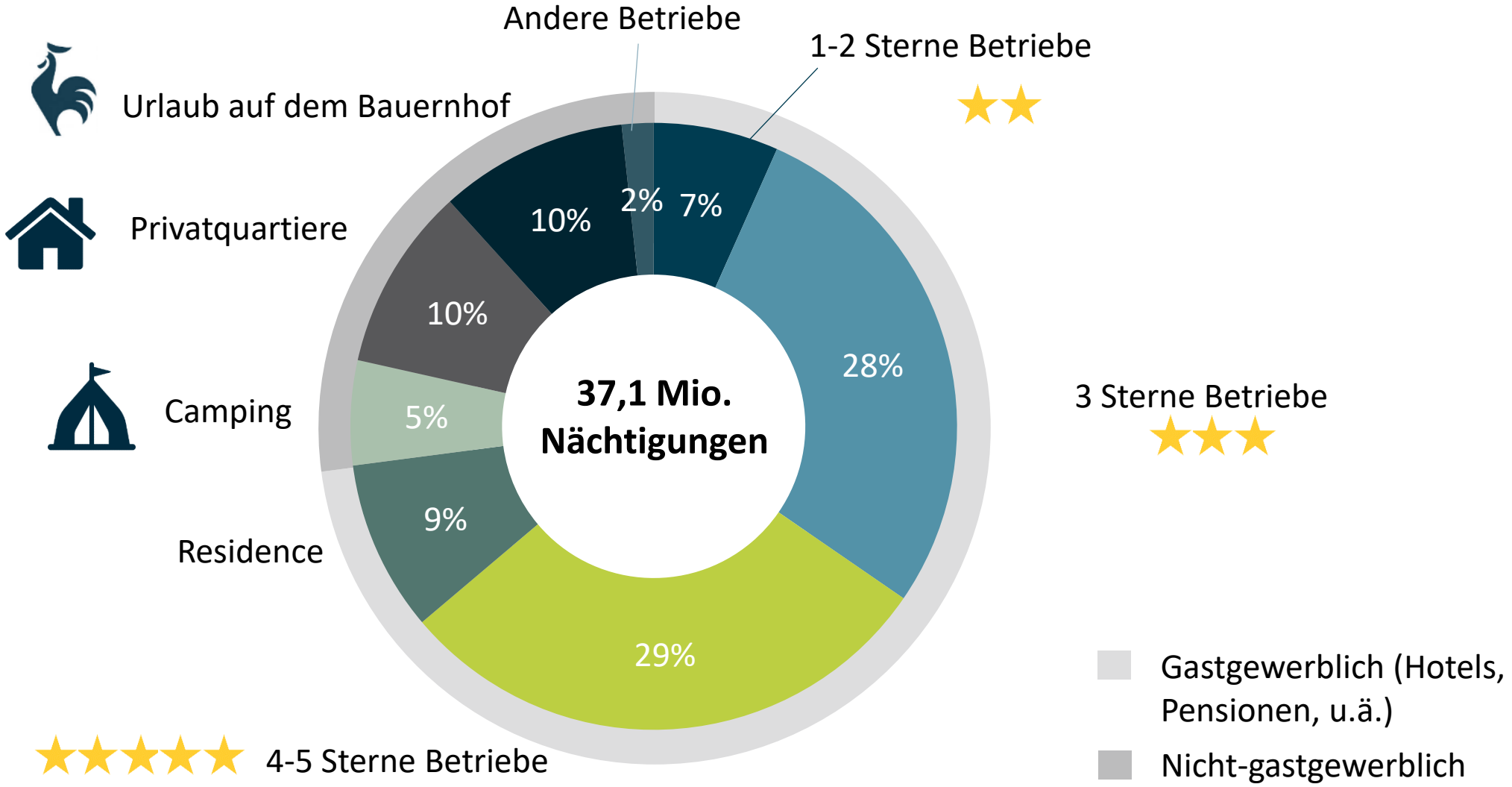
In Millionen



Quelle: ASTAT

NÄCHTIGUNGEN NACH BEHERBERGUNGSART - 2024

Verteilung in Prozent

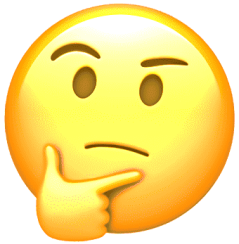


Quelle: ASTAT; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

TOURISTISCHE ÜBERNACHTUNGEN IN EUROPA - 2024

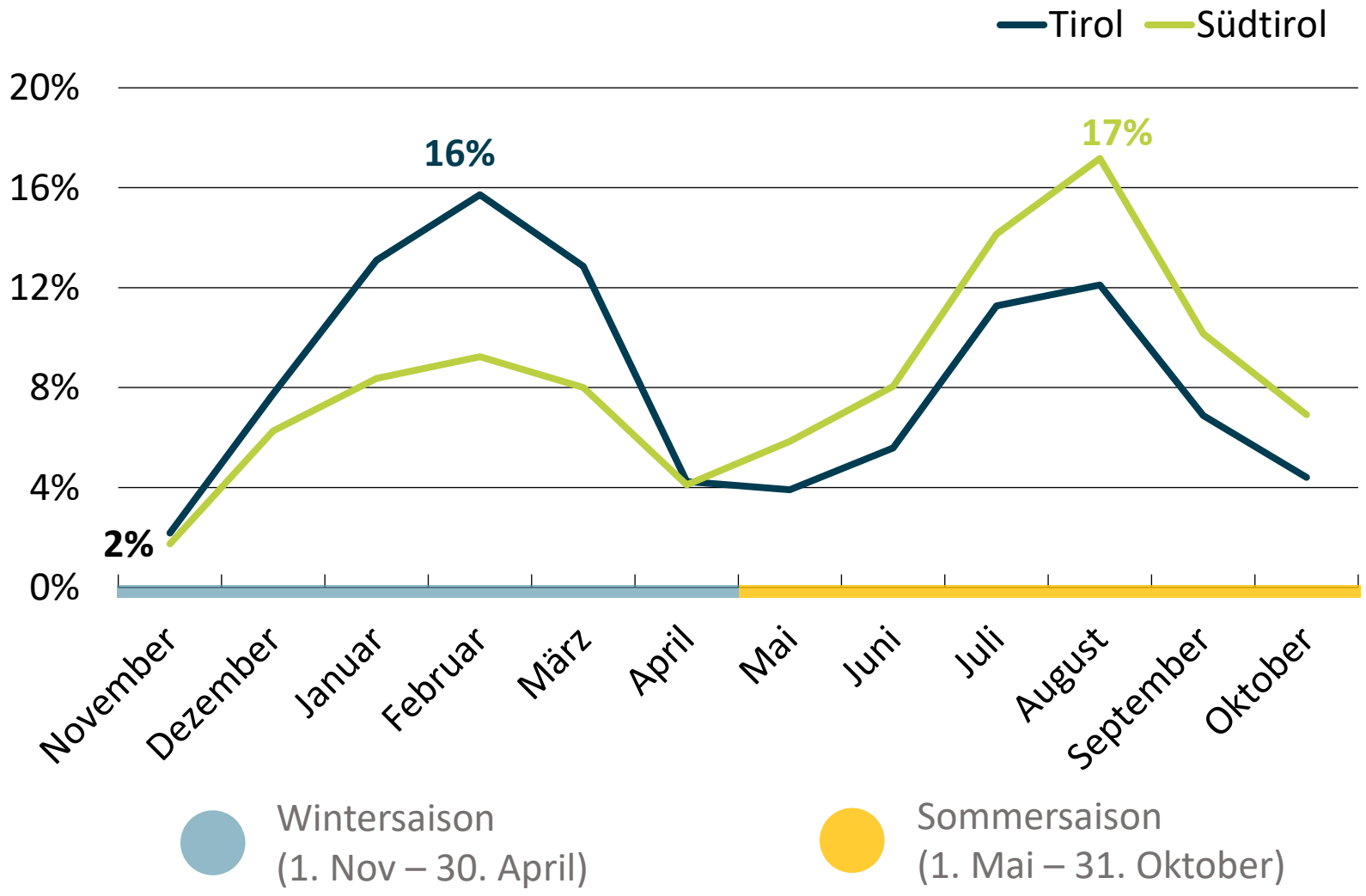
Anzahl der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben



Quelle: Eurostat, ASTAT

SAISONSVERLAUF DER NÄCHTIGUNGEN

Prozentuale Verteilung der jährlichen Nächtigungen



Quelle: ISTAT, Landesregierung Tirol (2017/18); Ausarbeitung WIFO

AUSGABEN DER TOURISTEN

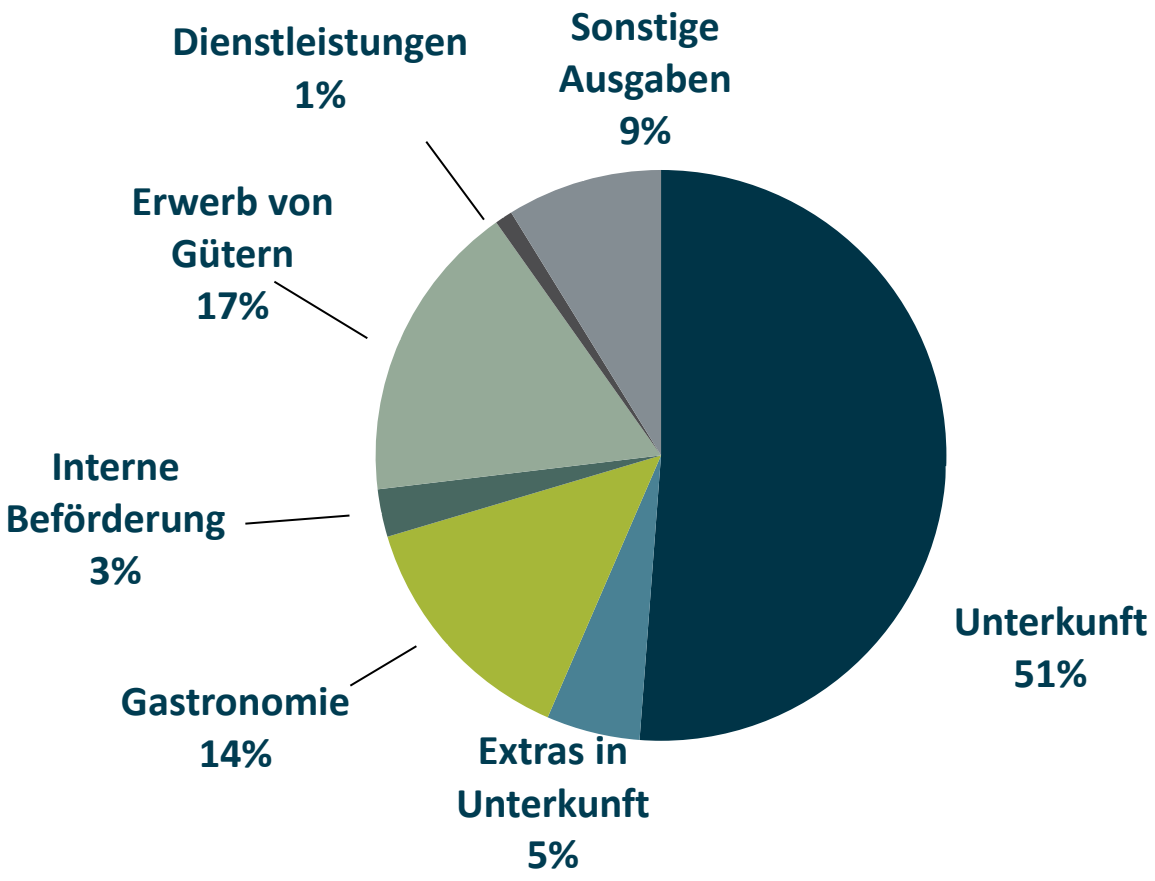
Prozentuale Verteilung der täglichen Ausgaben

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgabe in Südtirol: **117,4 €**

→ Winterhalbjahr: 136 €

→ Sommerhalbjahr: 105 €

Konsumausgaben:
ca. 3,7 Mrd. pro Jahr



Quelle: ASTAT (2012/13); Ausarbeitung WIFO

MERKMALE DES SÜDTIROLER TOURISMUS

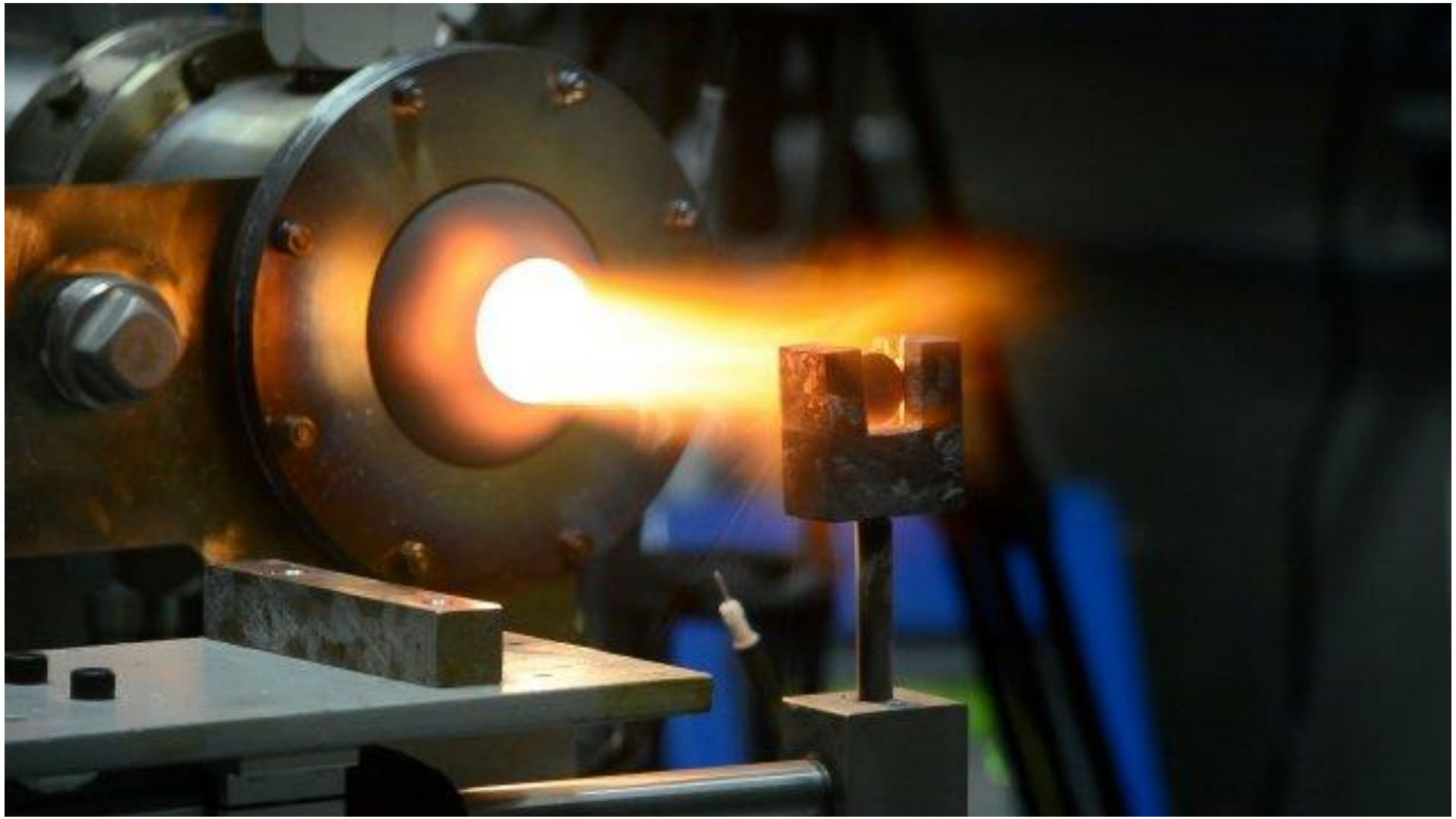
- Familienbetriebe
- Stärkung ländlicher Raum
- Großer Teil der Bevölkerung profitiert (direkt, indirekt)
- Zusammenarbeit Landwirtschaft-Tourismus

Urlaub auf dem Bauernhof

HERAUSFORDERUNGEN IM TOURISMUS

- **Gleichmäßige räumliche Entwicklung** gewährleisten
- Verhältnis **Individualverkehr – öffentliche Mobilität**
- **Overtourism**
- Vertiefte **Zusammenarbeit** der Betriebe
- **Fachkräftemangel** im Gastgewerbe
- **Umweltbelastung**, **Bodenpreise**
- Stärkung der **Nebensaison**

SÜDTIROLS VIELFÄLTIGE UNTERNEHMEN



WICHTIGE CLUSTER - WINTERTECHNOLOGIE

WICHTIGE CLUSTER - NAHRUNGSMITTEL

WICHTIGE CLUSTER - AUTOBRANCHE

WEITERE UNTERNEHMEN IN SÜDTIROL

RUBNER

SALEWA

Acciaierie Valbruna

Zirkonzahn®

SPORTLER

HOPPE®

FINSTRAL

WÜRTH

durst

FERCAM
Logistics & Transport

duka®

FRI-EL

HERAUSFORDERUNGEN

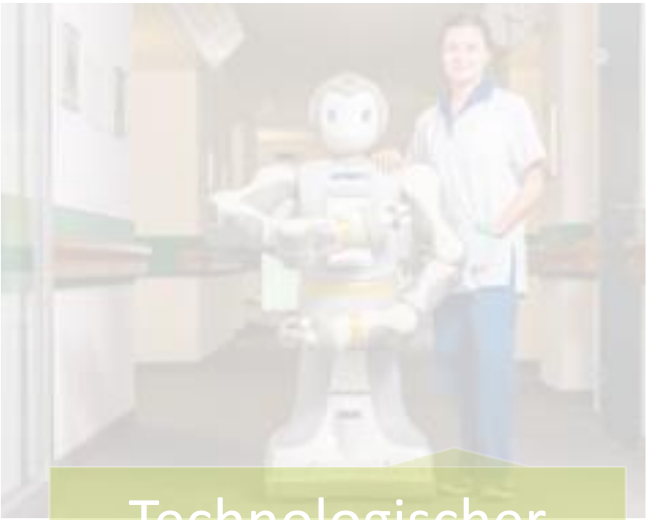
DIE HERAUSFORDERUNGEN DER ZUKUNFT

Technologischer Wandel

Klimawandel

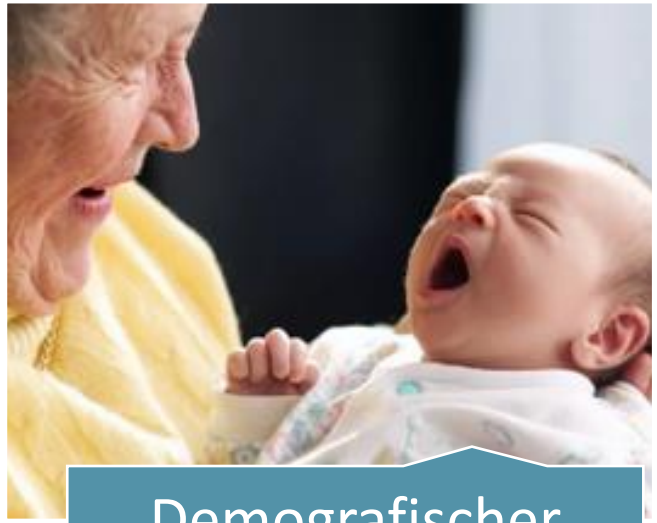
Demografischer Wandel

DIE HERAUSFORDERUNGEN DER ZUKUNFT



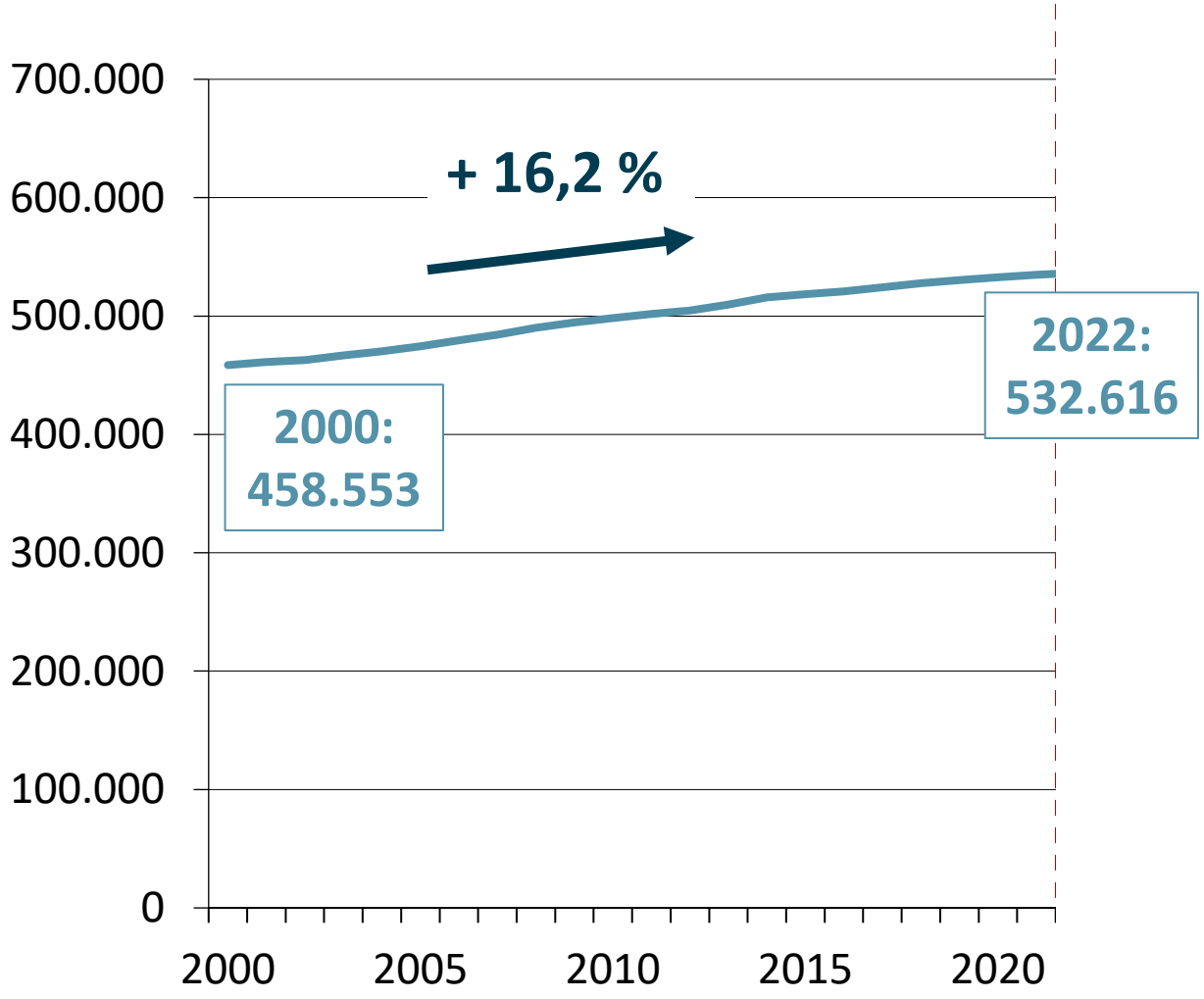
Technologischer Wandel

Klimawandel



Demografischer Wandel

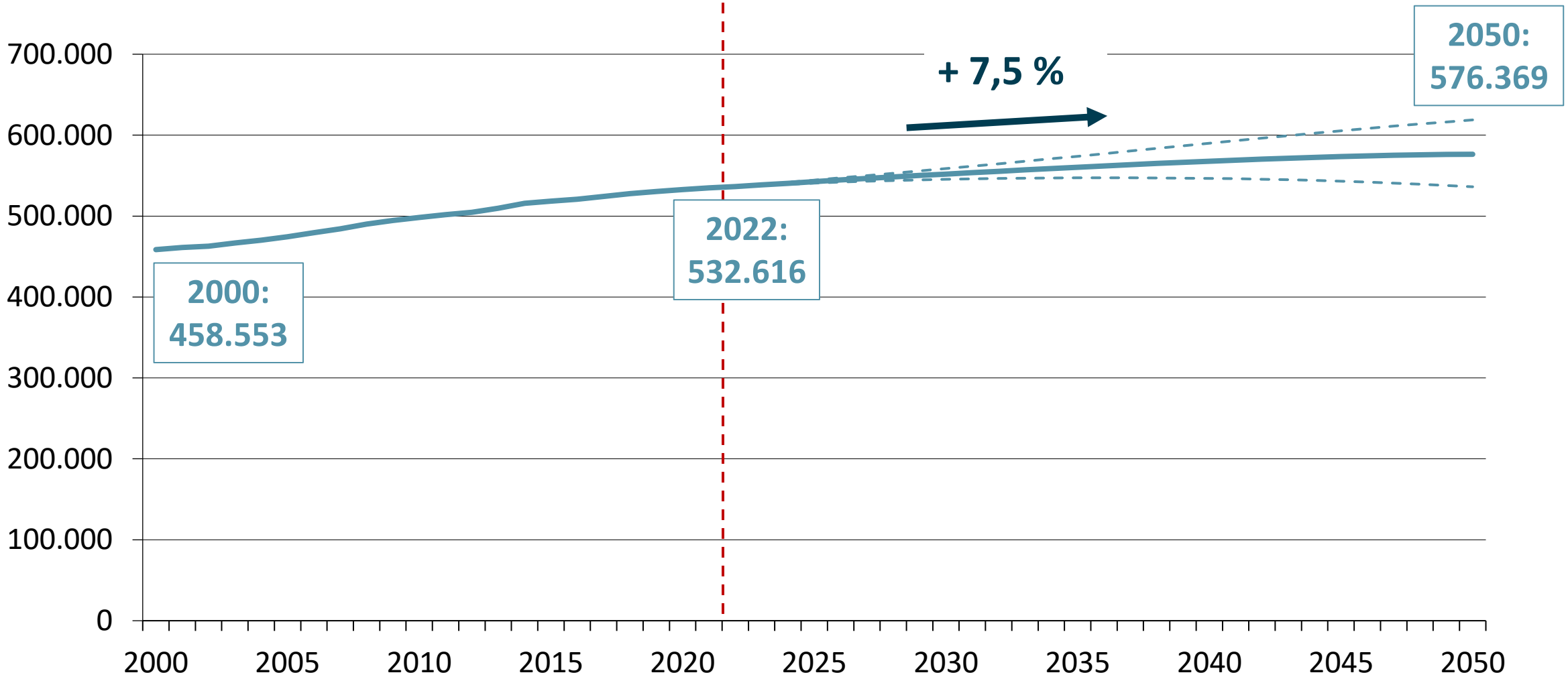
WOHNBEVÖLKERUNG IN SÜDTIROL - 2000-2022



Quelle: Istat; Ausarbeitung WIFO

WOHNBEVÖLKERUNG IN SÜDTIROL - 2000-2050

Entwicklung 2000-2022 und Prognose ab 2023 (Mittleres Szenario und 80%-Konfidenzintervall)

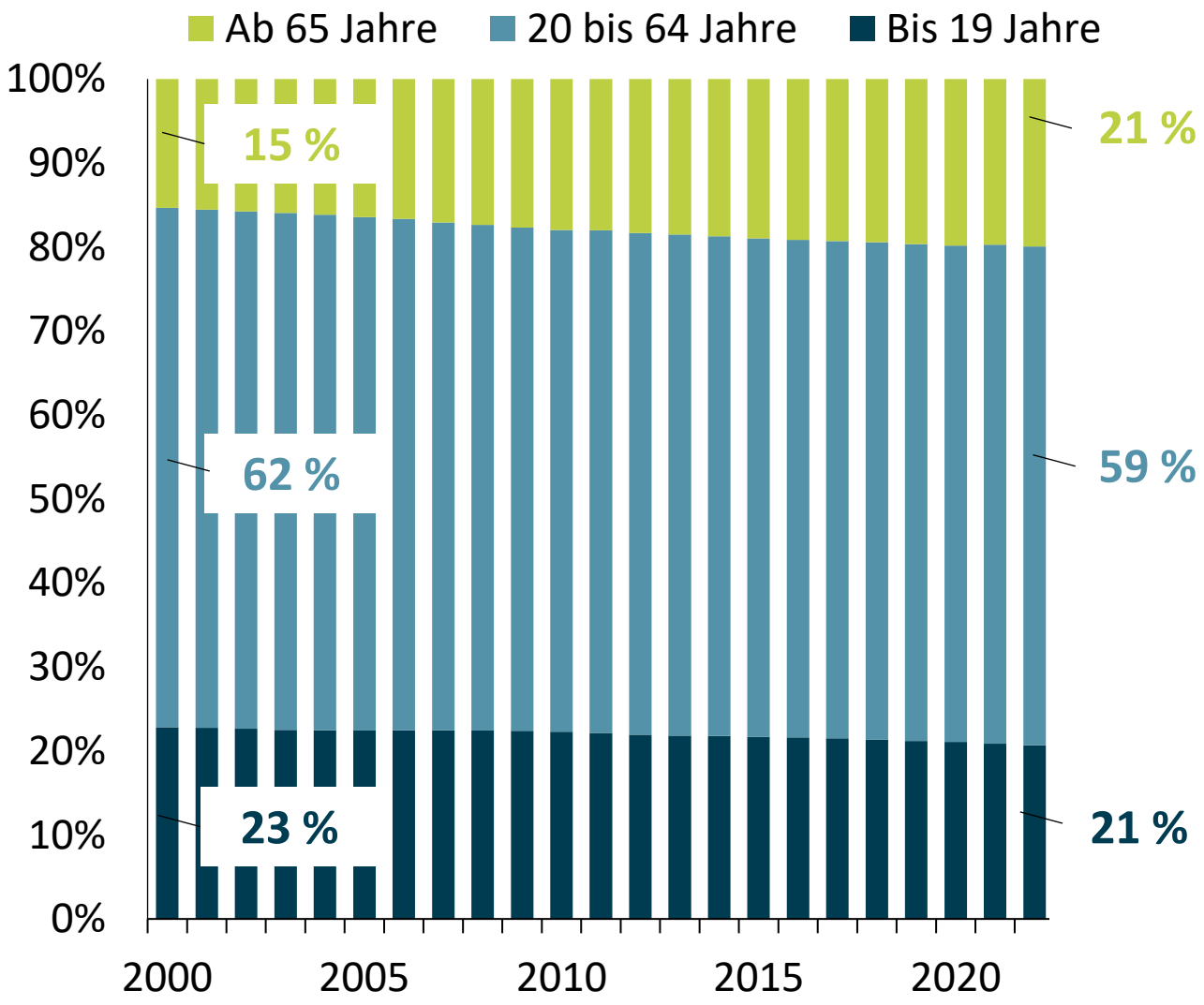


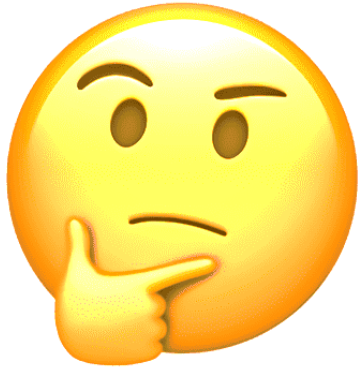
Quelle: Istat; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

BEVÖLKERUNG NACH ALTERSKLASSEN – 2000-2022

Verteilung in Prozent

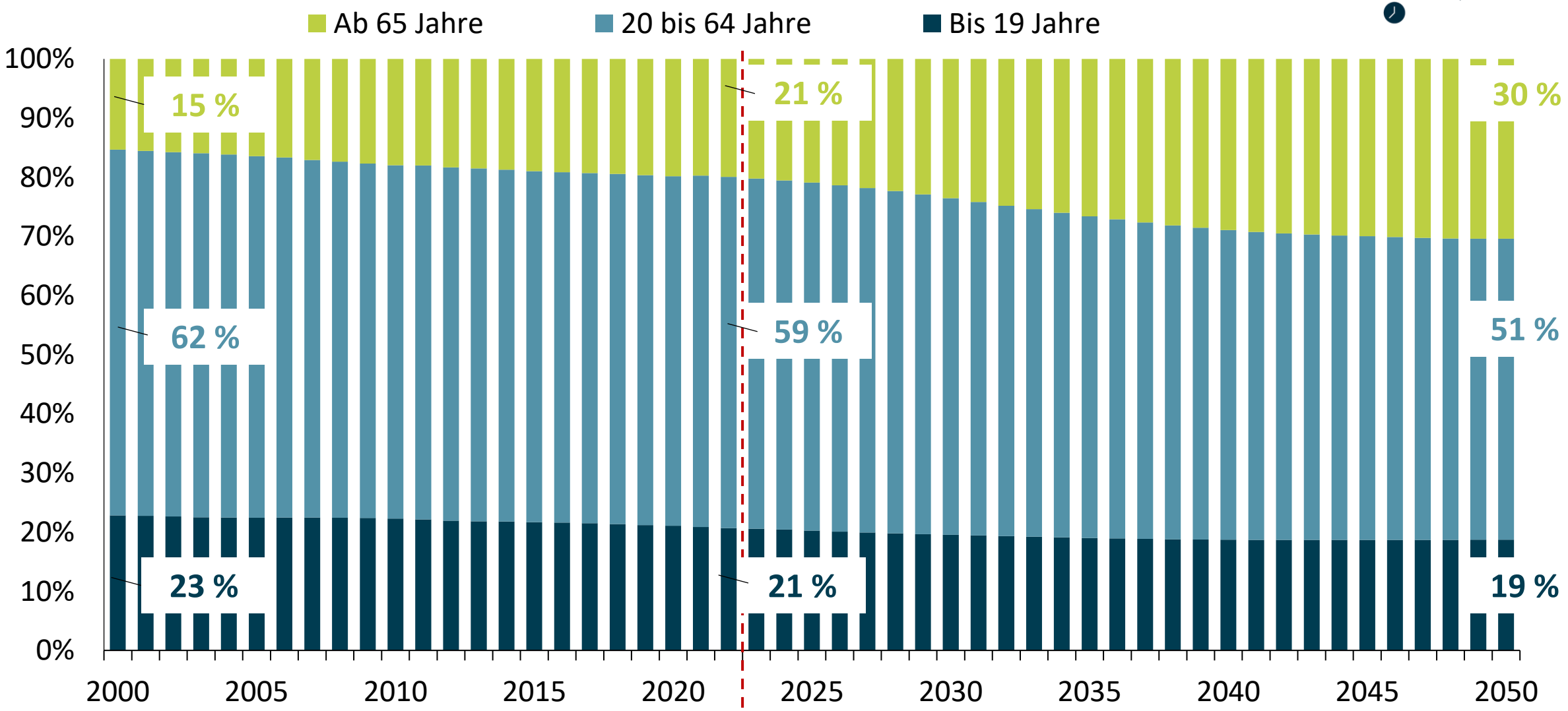




Quelle: Istat; Ausarbeitung WIFO

BEVÖLKERUNG NACH ALTERSKLASSEN – 2000-2050

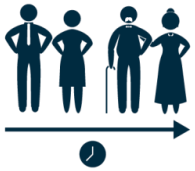
Entwicklung 2000-2022 und Prognose ab 2023, Verteilung in Prozent



Quelle: Istat; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

ALTERSQUOTIENT – 2000-2050



Auf **eine/n Rentner/in** kommen im

Jahr
2000

4 Personen im erwerbsfähigen Alter

Jahr
2022

3 Personen im erwerbsfähigen Alter

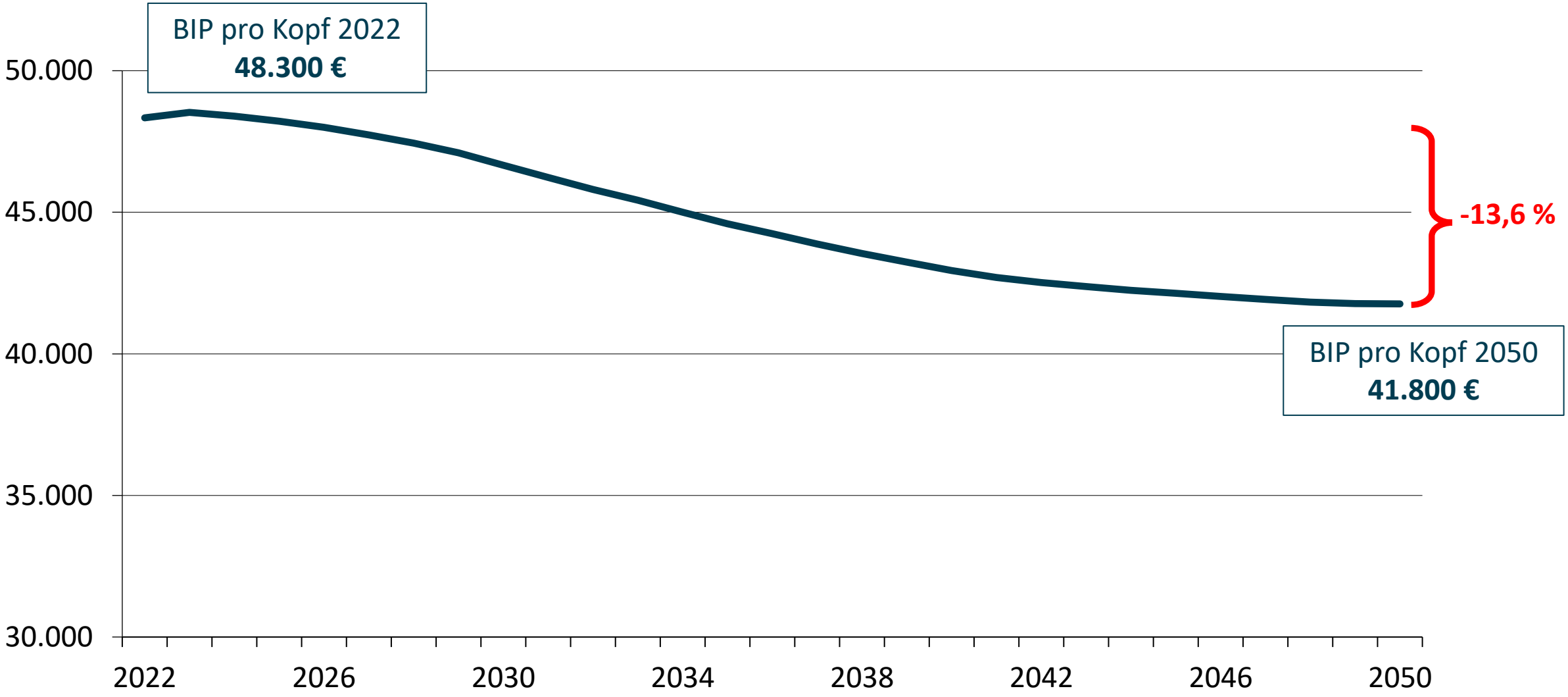
Jahr
2050

weniger als 2 Personen im erwerbsfähigen Alter

Quelle: Istat; Ausarbeitung WIFO

SIMULATION DES BIP PRO KOPF – 2022-2050

In Euro



Quelle: WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

FAKTOREN, DIE DEN ZUKÜNFTIGEN WOHLSTAND BEEINFLUSSEN

Erwerbstätigenquote

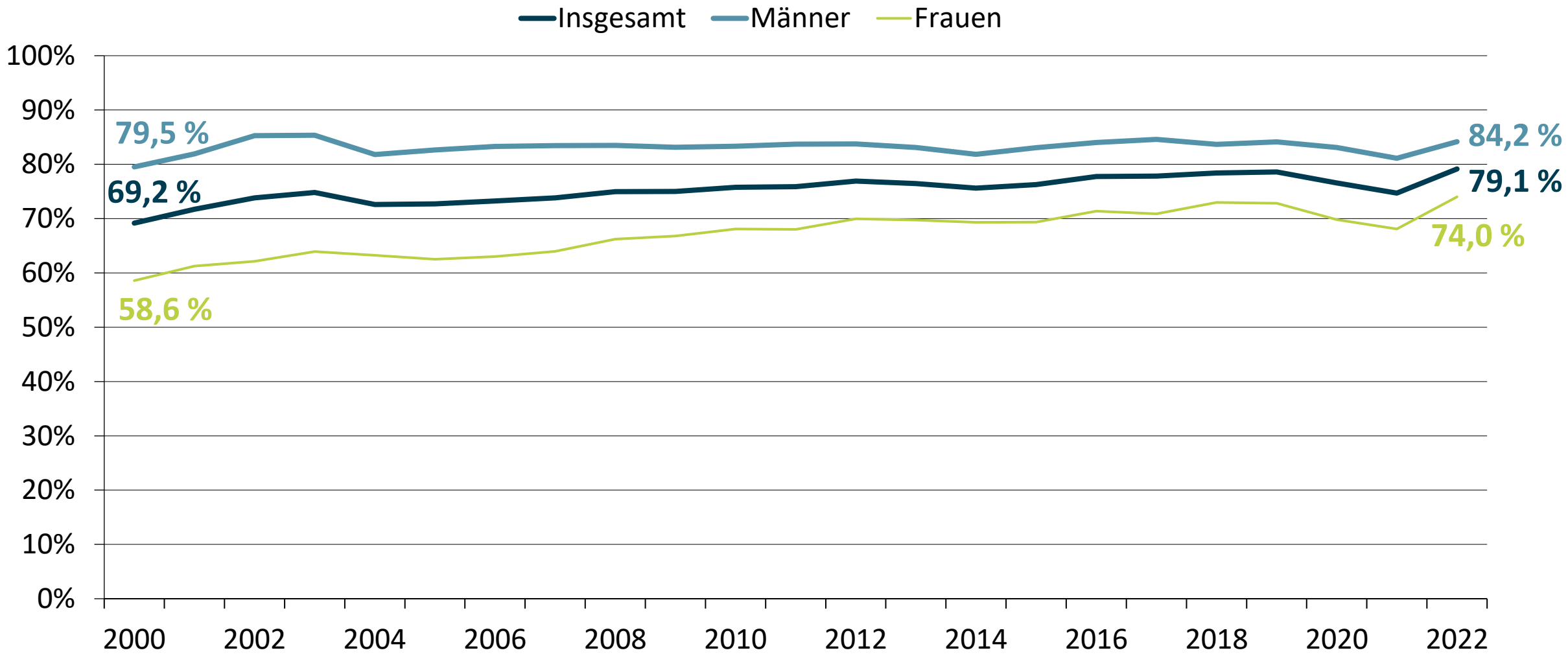
Pensionseintritt

Wanderungssaldo

Arbeitsproduktivität

ERWERBSTÄTIGENQUOTE NACH GESCHLECHT – 2000-2022

Anteil der Erwerbstätigen (20-64J.) an der 20-64-jährigen Bevölkerung

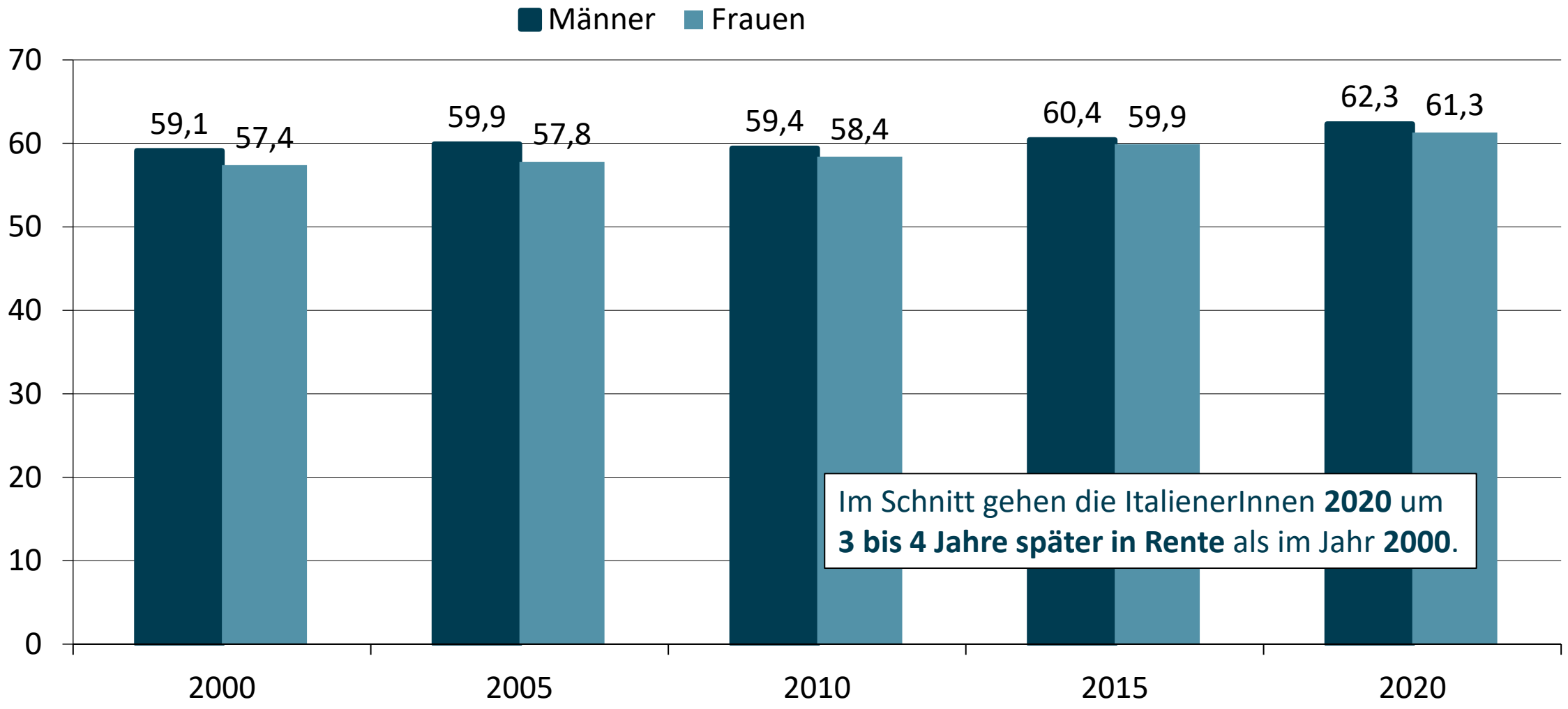


Quelle: Eurostat, Astat; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

TATSÄCHLICHES RENTENEINTRITTSALTER IN ITALIEN – 2000-2020

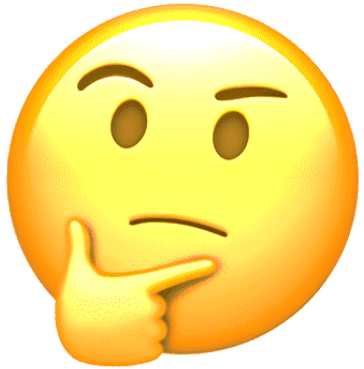
Durchschnittliches Renteneintrittsalter nach Geschlecht



Quelle: OECD; Ausarbeitung WIFO

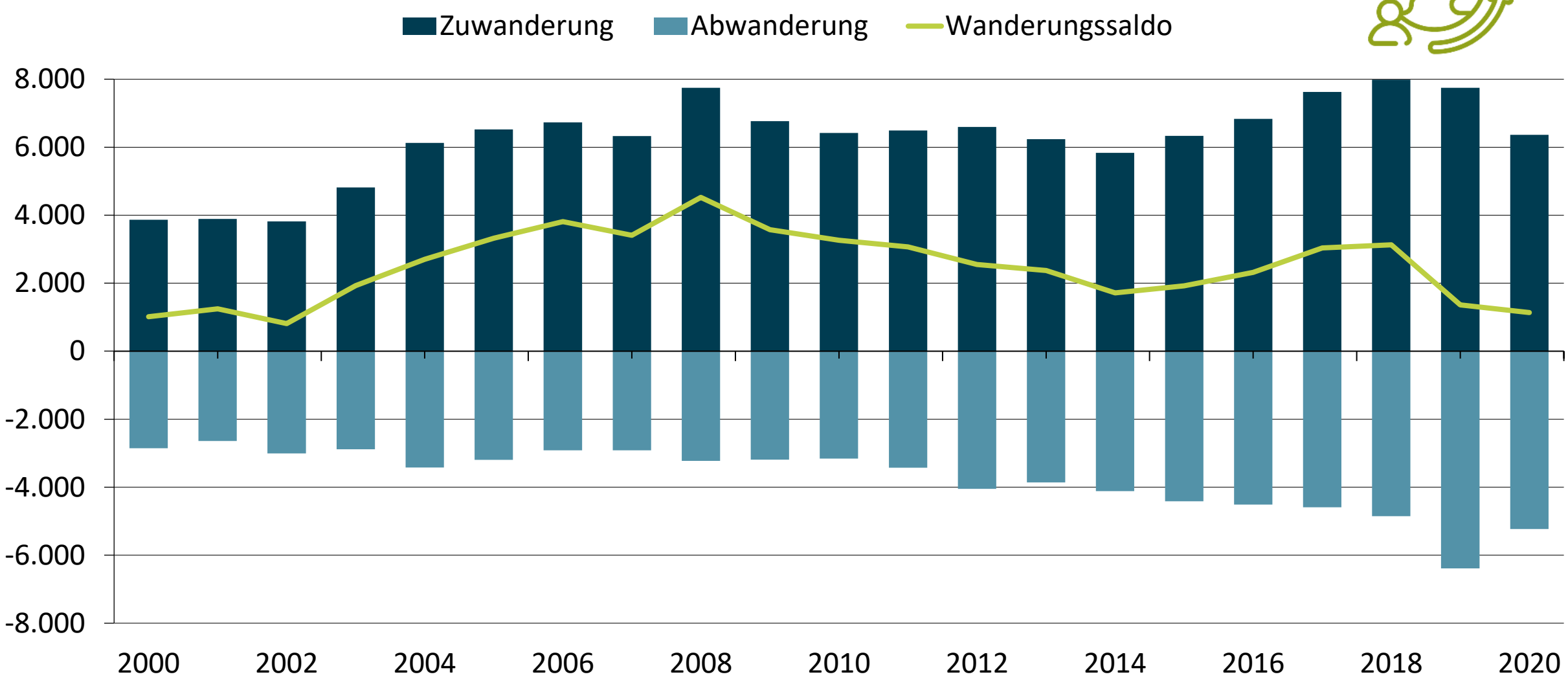
WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

ZU- UND ABWANDERUNG NACH/AUS SÜDTIROL – 2000-2020



Quelle: Astat; Ausarbeitung WIFO

ZU- UND ABWANDERUNG NACH/AUS SÜDTIROL – 2000-2020

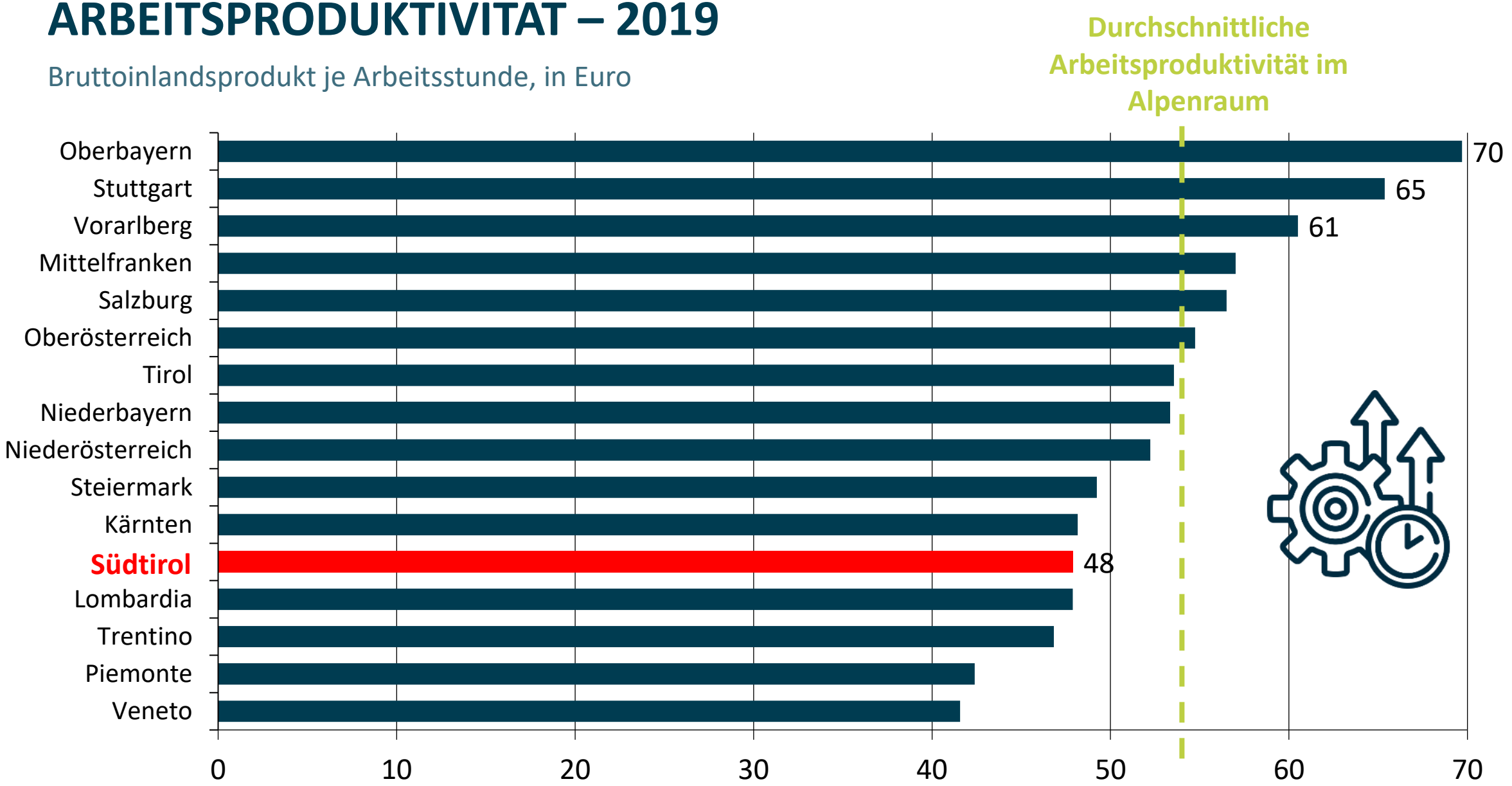


Quelle: Astat; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

ARBEITSPRODUKTIVITÄT – 2019

Bruttoinlandsprodukt je Arbeitsstunde, in Euro

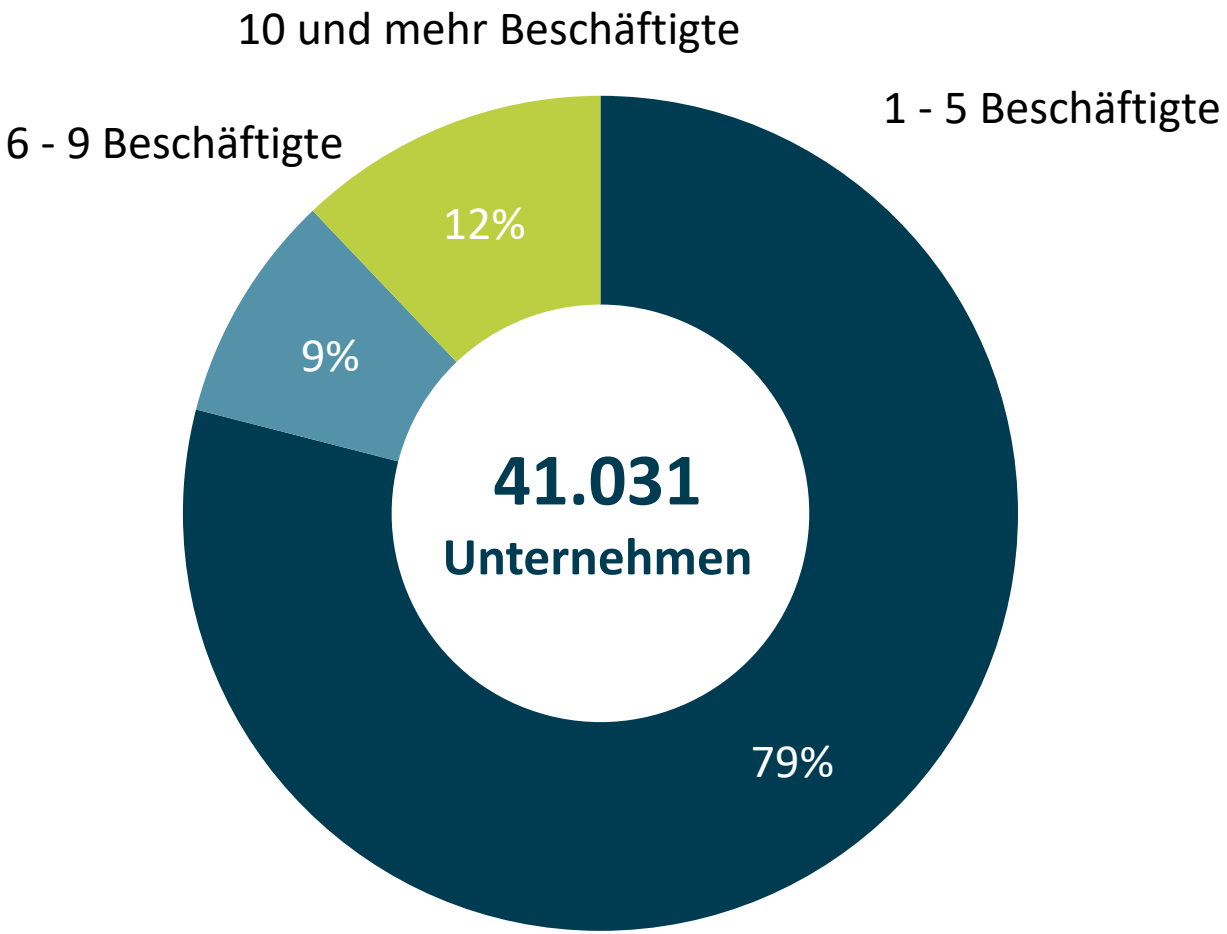


Quelle: Eurostat; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

GRÖSSE DER UNTERNEHMEN - 2022

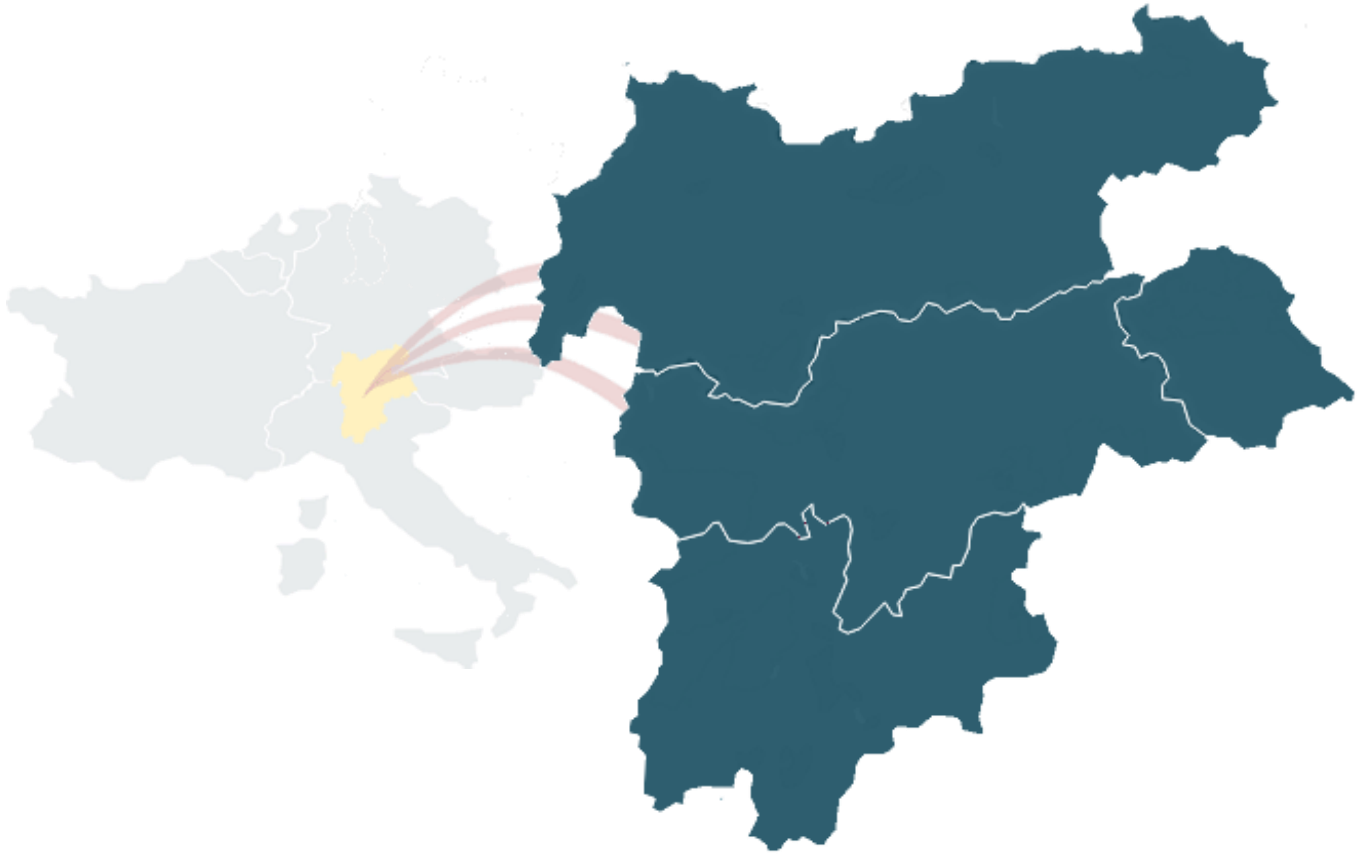
Verteilung der aktiven, gewerblichen Unternehmen in Prozent



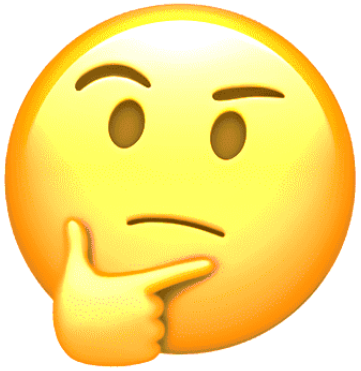
Quelle: Infocamere, Eurostat; Ausarbeitung WIFO

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG 2020

Anteil F&E-Ausgaben am BIP



Spitzenreiter in Europa:
Braunschweig
(2019: 7,8%)

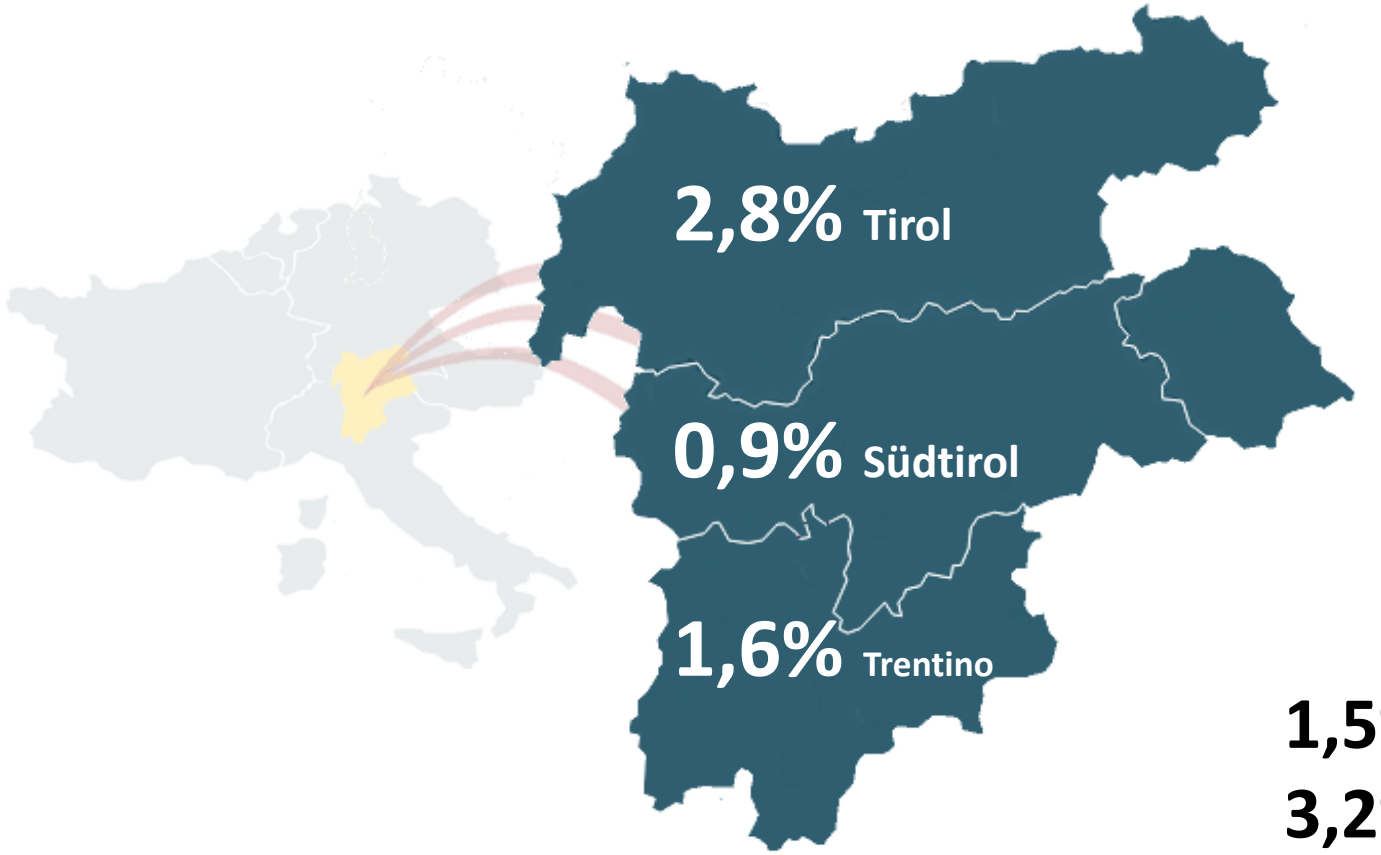


Quelle: Eurostat; Ausarbeitung WIFO

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG 2020

Anteil F&E-Ausgaben am BIP

Spitzenreiter in Europa:
Braunschweig
(2019: 7,8%)



1,5% Italien
3,2% Österreich

Quelle: Eurostat; Ausarbeitung WIFO

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	**Steigendes Verkehrsaufkommen**

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	Steigendes Verkehrsaufkommen
(Weitgehend) intakte Umwelt	Wohnraum, Gewerbeflächen begrenzt

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	Steigendes Verkehrsaufkommen
(Weitgehend) intakte Umwelt	Wohnraum, Gewerbeflächen begrenzt
Starker Tourismus	Overtourism

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	Steigendes Verkehrsaufkommen
(Weitgehend) intakte Umwelt	Wohnraum, Gewerbeflächen begrenzt
Starker Tourismus	Overtourism
Stabilität durch kleine Familienbetriebe	Produktivität, Innovation, Export

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	Steigendes Verkehrsaufkommen
(Weitgehend) intakte Umwelt	Wohnraum, Gewerbeflächen begrenzt
Starker Tourismus	Overtourism
Stabilität durch kleine Familienbetriebe	Produktivität, Innovation, Export
Niedrige Arbeitslosenquote	Fachkräftemangel, Brain Drain

STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Günstige geografische Lage	Steigendes Verkehrsaufkommen
(Weitgehend) intakte Umwelt	Wohnraum, Gewerbeflächen begrenzt
Starker Tourismus	Overtourism
Stabilität durch kleine Familienbetriebe	Produktivität, Innovation, Export
Niedrige Arbeitslosenquote	Fachkräftemangel, Brain Drain
Hohes Pro-Kopf-Einkommen	Hohe Lebenshaltungskosten

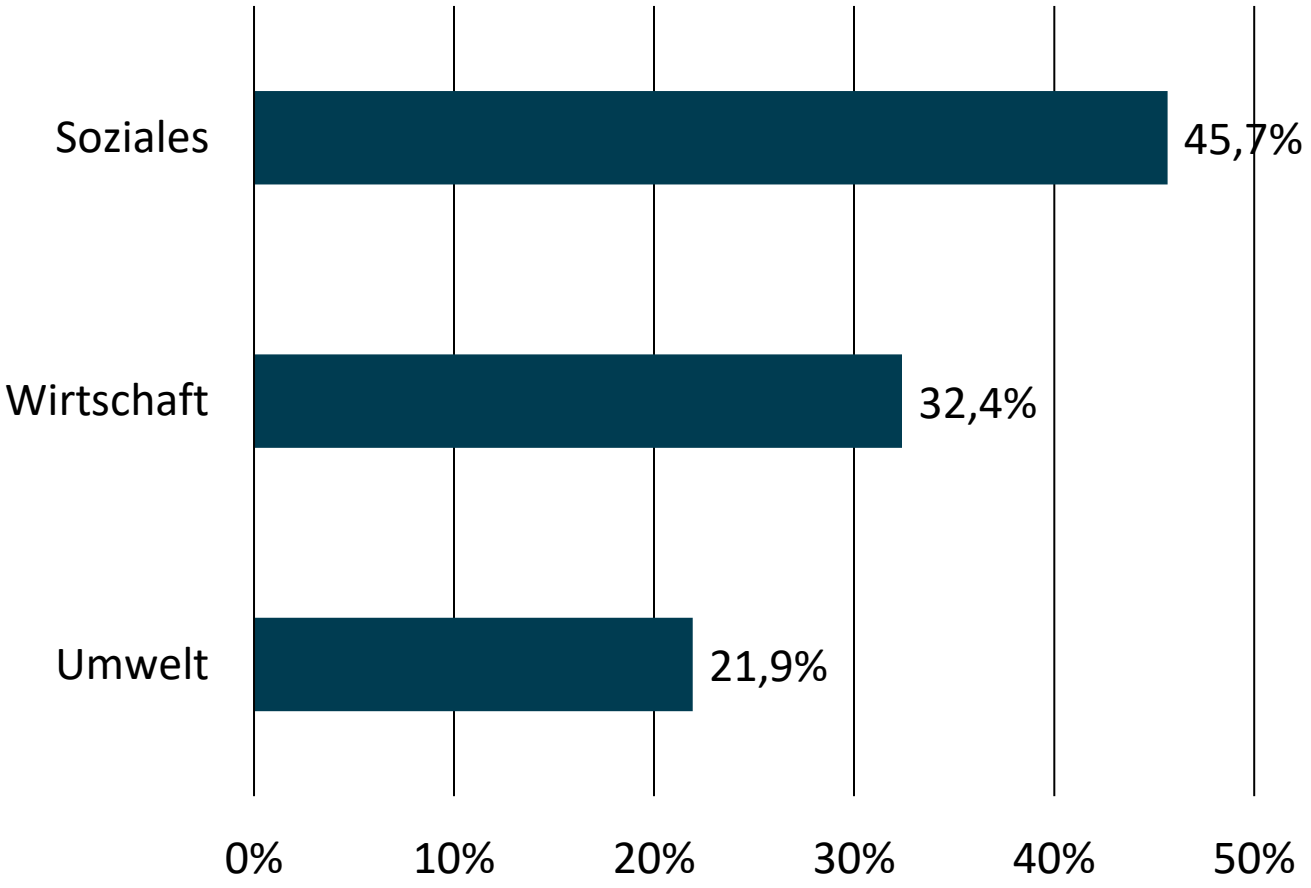
Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

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

„WAS SOLL BEI ZUKÜNFTIGEN ENTSCHEIDUNGEN DER SÜDTIROLER LANDESPOLITIK IM VORDERGRUND STEHEN?“

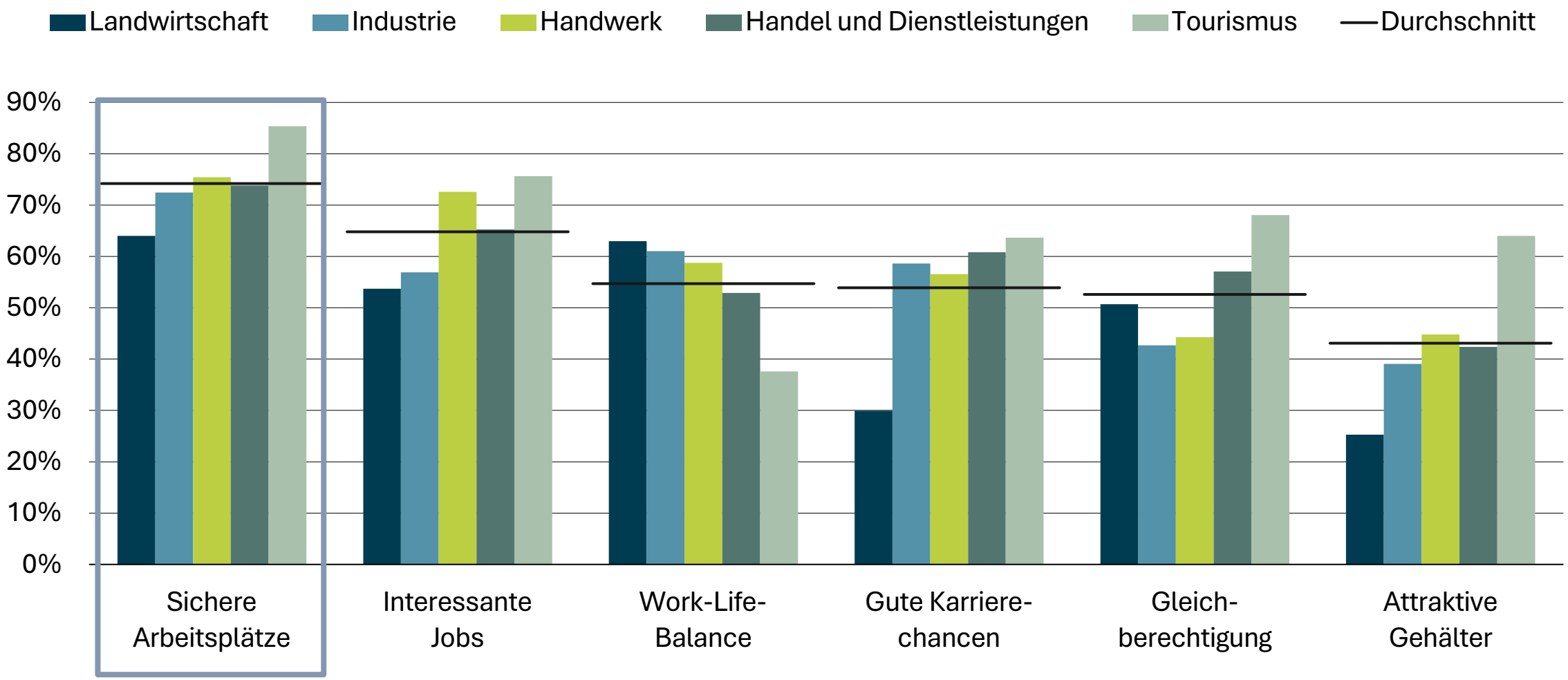
Verteilung der Bevölkerung in Prozent, Reihung nach dem wichtigsten Aspekt



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

BEWERTUNG DER SEKTOREN: ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

Anteil der Bevölkerung, die zustimmt, in Prozent

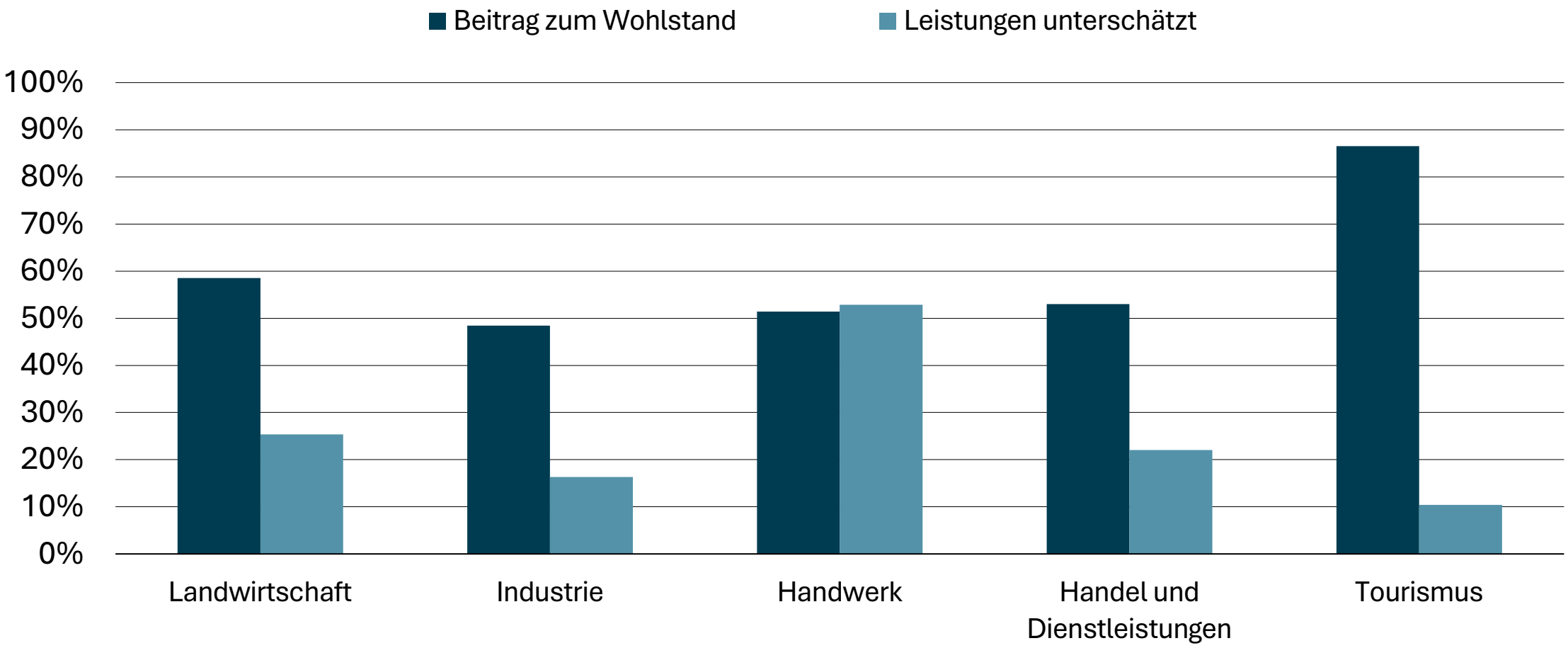


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

BEWERTUNG DER SEKTOREN: BEITRAG ZUM WOHLSTAND

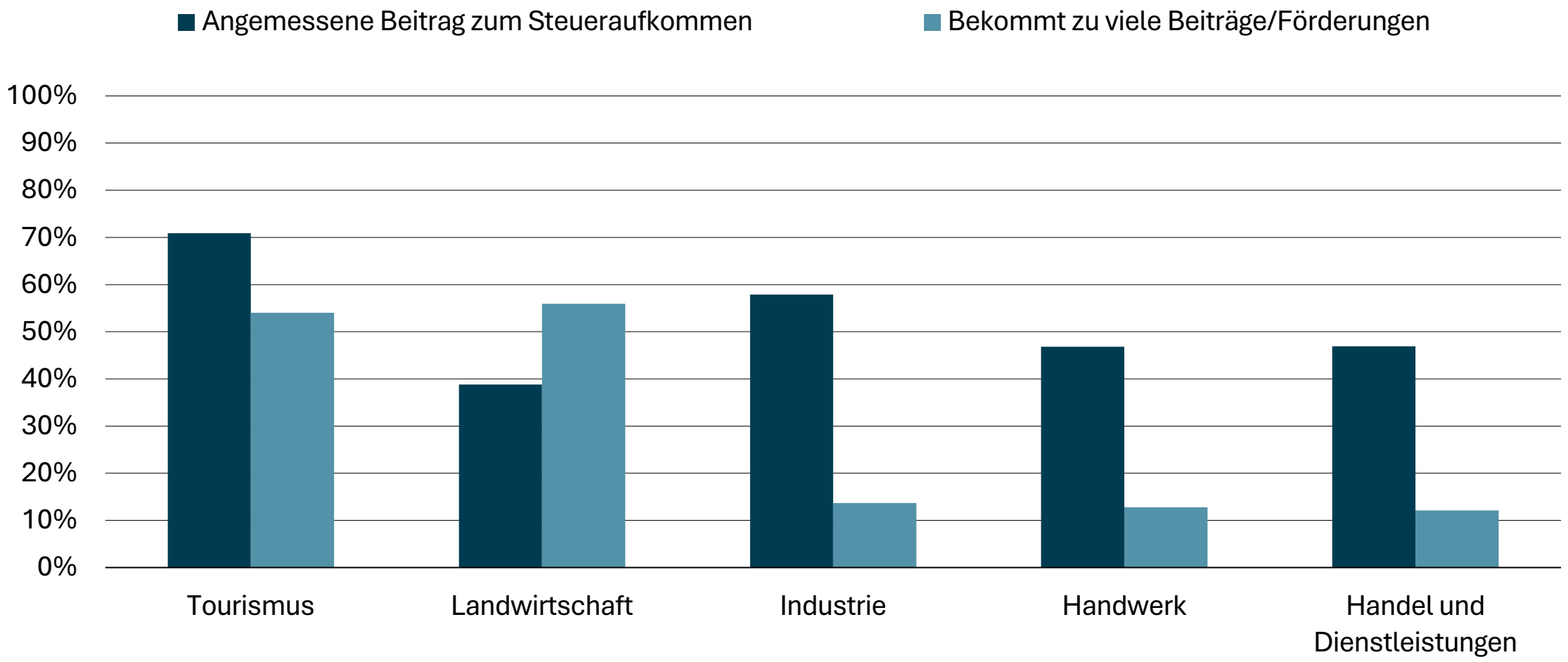
Anteil der Bevölkerung, die zustimmt, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

BEWERTUNG DER SEKTOREN: BEITRAG ZUM LANDESHAUSHALT

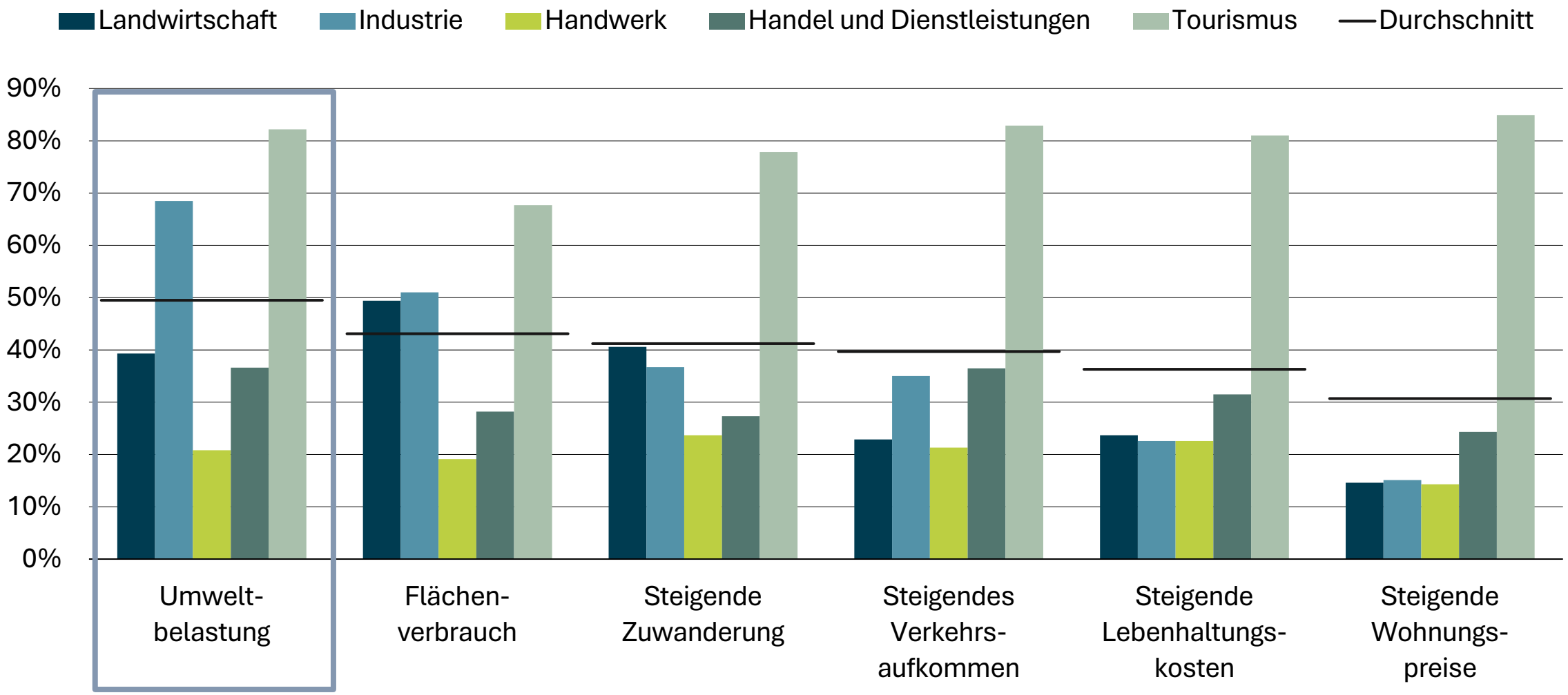
Anteil der Bevölkerung, die zustimmt, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

BEWERTUNG DER SEKTOREN: KRITISCHE ASPEKTE

Anteil der Bevölkerung, die zustimmt, in Prozent

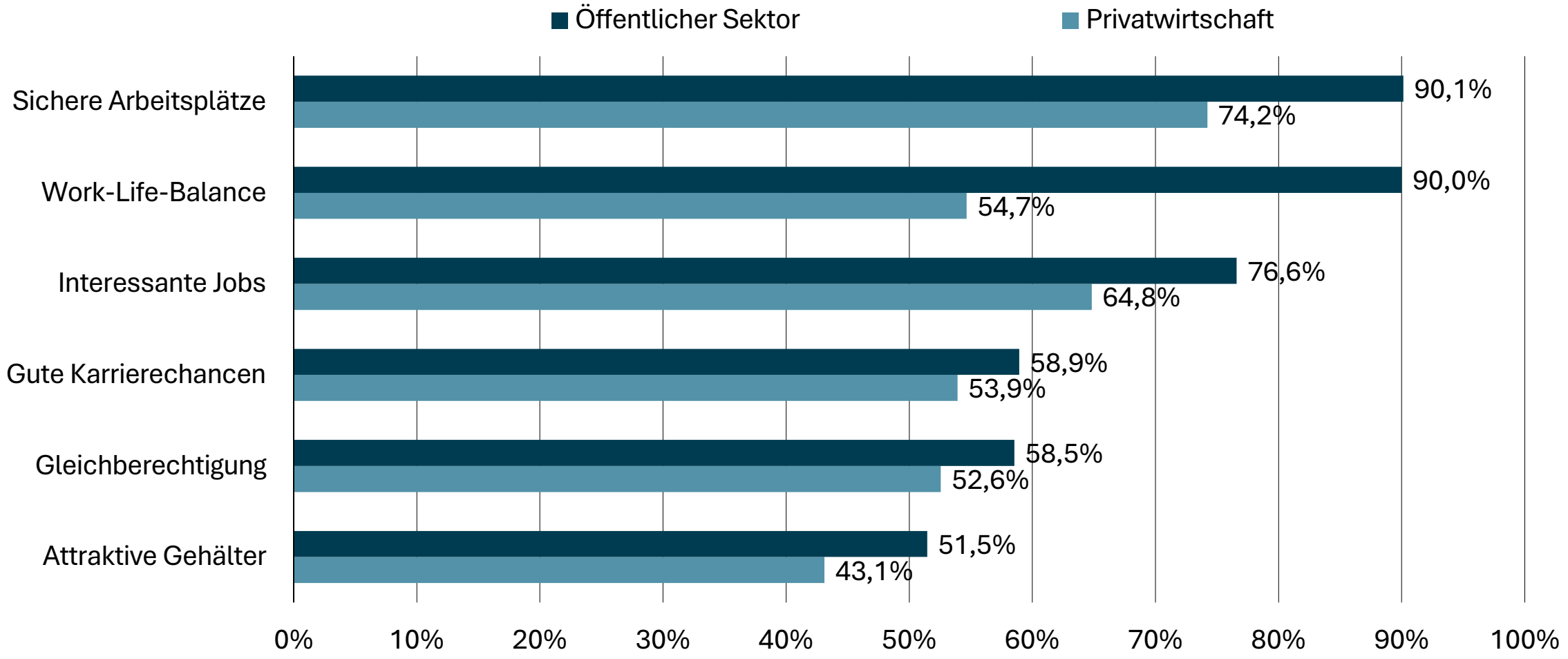


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT. PRIVATWIRTSCHAFT VERSUS ÖFFENTLICHER SEKTOR

Anteil der Bevölkerung, die zustimmt, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

LANDWIRTSCHAFT

LANDWIRTSCHAFT

Verteilung der Wertschöpfung in Prozent

23 Weine

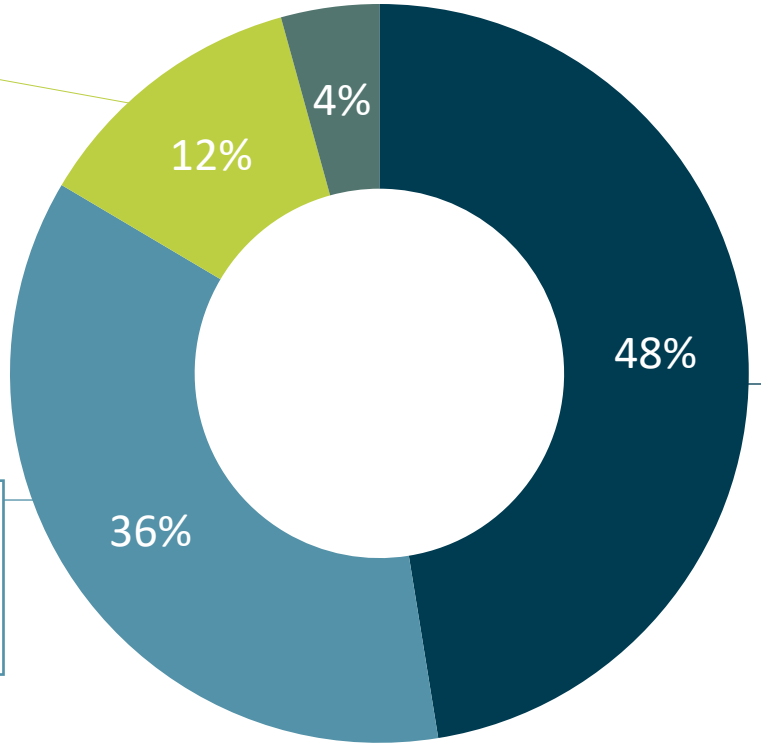
Weinbau

5.000 Betriebe
5.657 ha Fläche
350.000 hl

7.400 Fußballfelder

Ackerbau

26.500 Fußballfelder



Viehwirtschaft

7.400 Betriebe
211.658 ha Fläche
363 Mio. Liter Milch

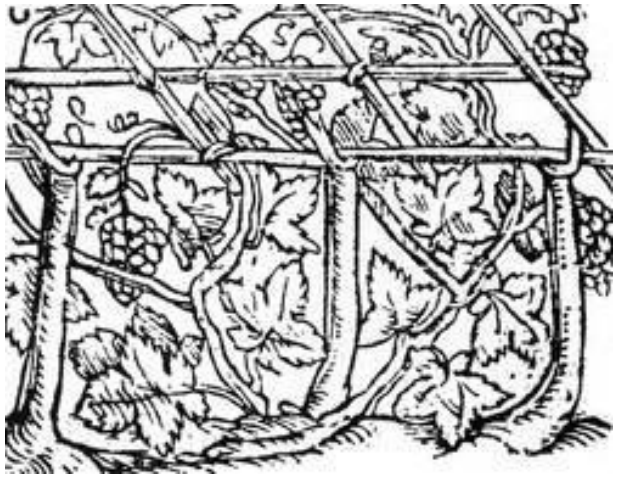
300.000 Fußballfelder

Obstbau

6.000 Betriebe
18.000 ha Fläche
1 Mio. Tonnen

Quelle: ASTAT (Landwirtschaftszählung 2010), INEA-RICA; Ausarbeitung WIFO

GESCHICHTE DER LANDWIRTSCHAFT IN SÜDTIROL



- **Getreideanbau** konnte kaum Eigenbedarf decken
- **Viehwirtschaft** erzielte leichte Überschüsse
- **Weinbau** bereits im Mittelalter, bedeutende Überschüsse für Handel

1850

80% der Beschäftigten

Niedrige Produktivität

1960

Mechanisierung

Obstanbau (Äpfel) erst seit Beginn 20. Jhd.

Heute

6% der Beschäftigten

DIE ROLLE DER LANDWIRTSCHAFT IN SÜDTIROL

- Qualitätsprodukte

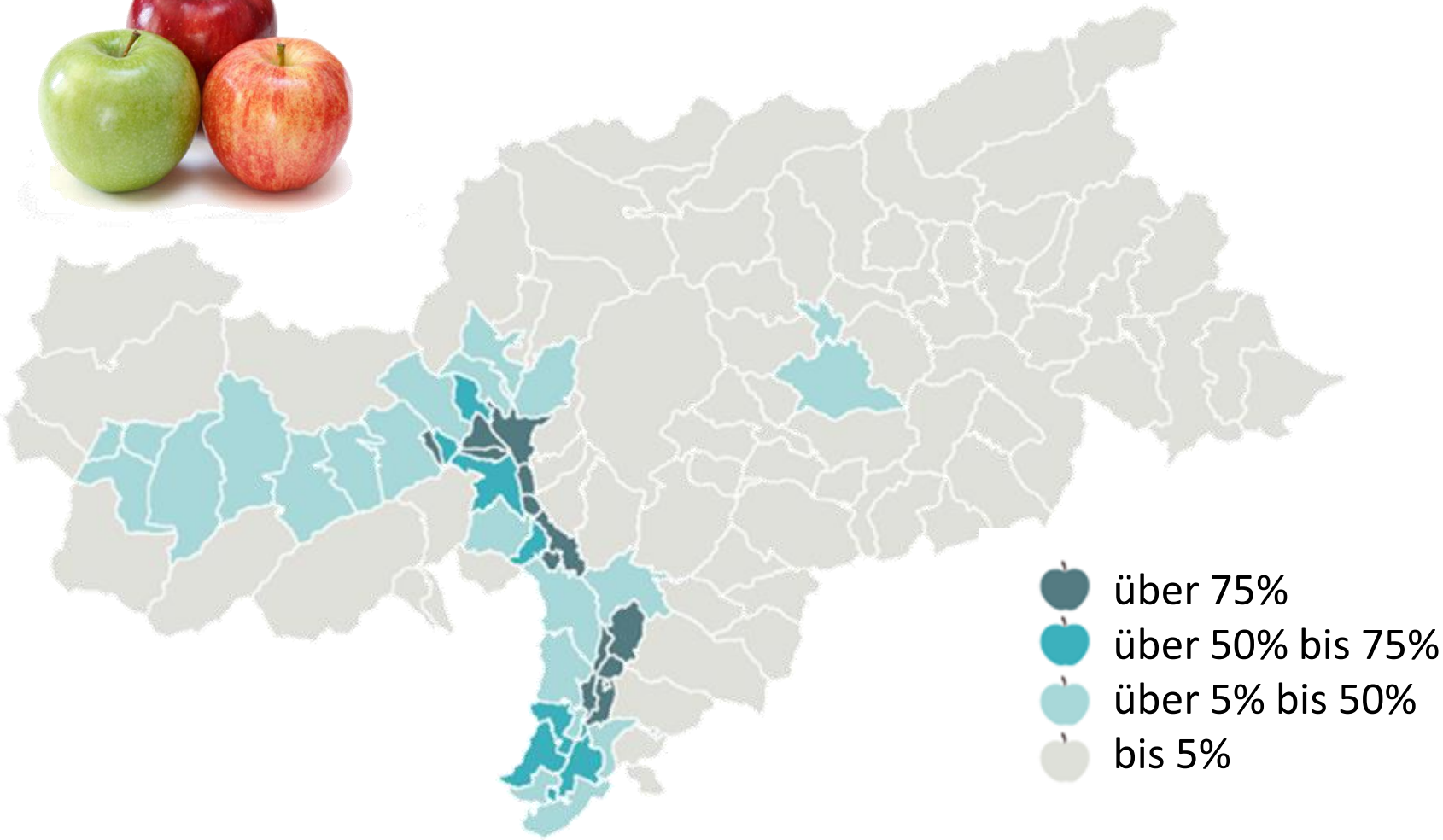
- Erhalt der Kulturlandschaft und landwirtschaftliche Vielfalt
- Wichtiger Arbeitgeber: Nebenerwerb und Peripherie

- Landwirtschaft und Tourismus: Urlaub auf dem Bauernhof

APFELWIRTSCHAFT

OBSTANBAUFLÄCHE IN SÜDTIROL

In Prozent der Ackerfläche



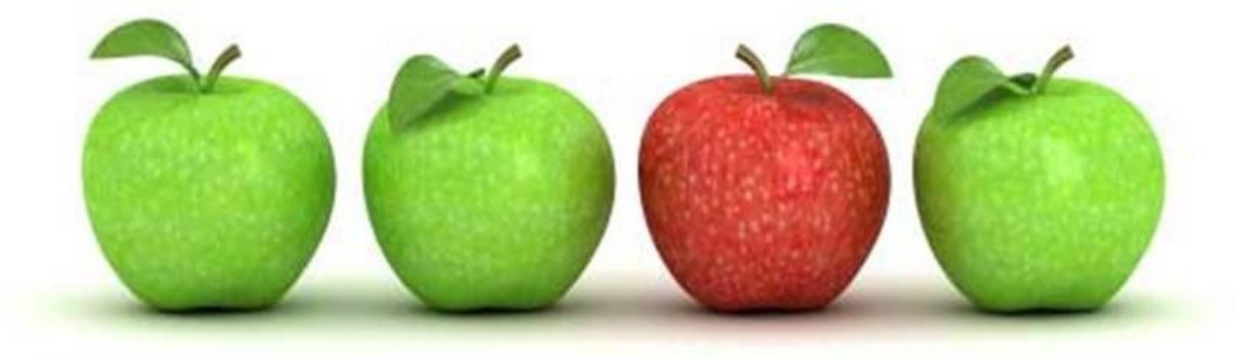
Quelle: ISTAT-ASTAT, Landwirtschaftszählung 2010; Ausarbeitung WIFO

APFELANBAU

- In Südtirol gibt es **mehr als 6.000 Apfelbauern**

  Bei einem Großteil der Betriebe handelt es sich um **Familienbetriebe**

- Jährliche Gesamtproduktion von **1 Mio. Tonnen**
- Gesamte Apfelanbaufläche von ca. **18.000 ha**
- Im Durchschnitt bewirtschaftet jeder Bauer etwa **3 ha**



Quelle: suedtirolerapfel.com

APFELSORTEN HEUTE

Südtiroler Apfel g.g.A.

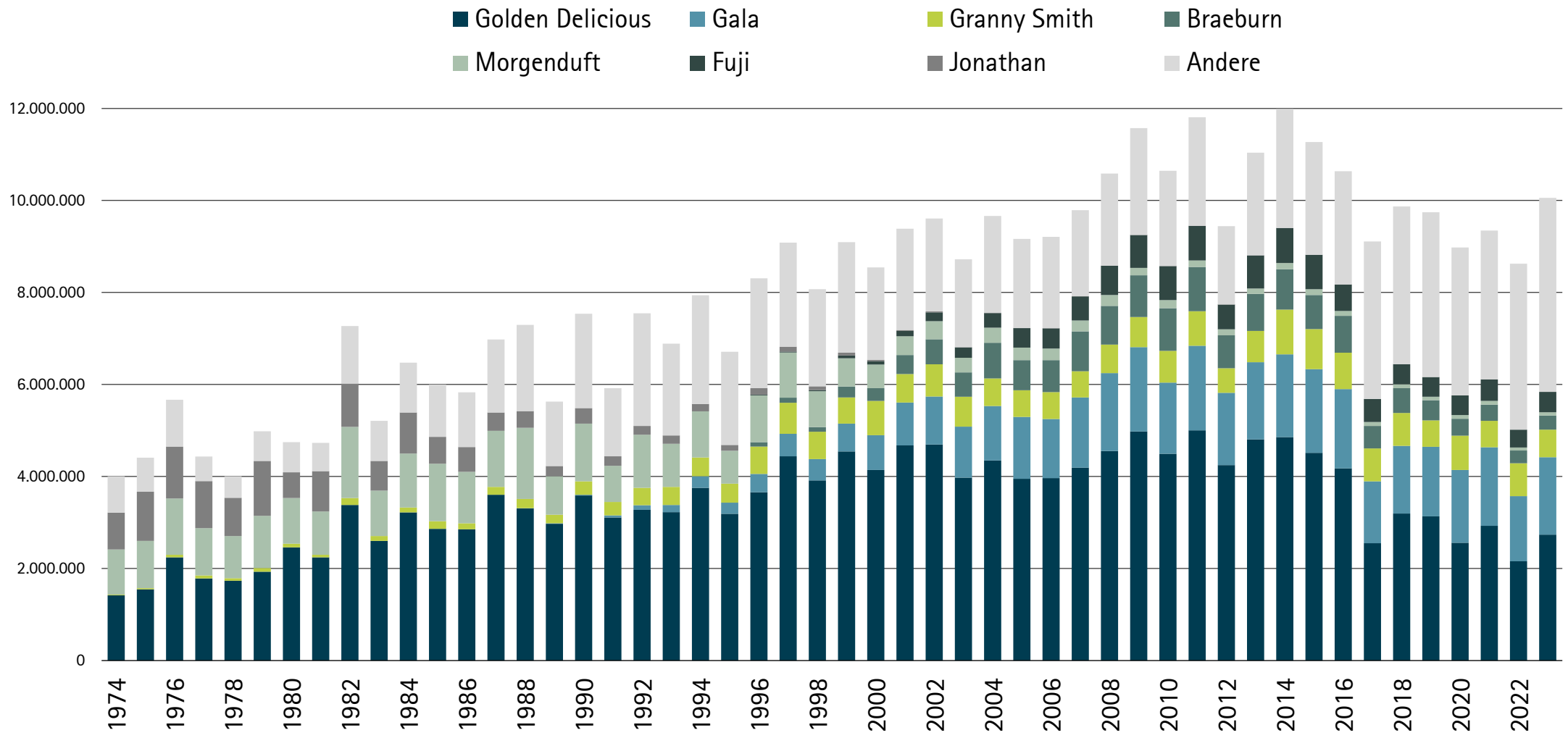
≈ 75 % der Gesamtproduktion

Vertragssorten

≈ 25 % der Gesamtproduktion

APFELERNTE NACH SORTE

Ernte in 100 Kg



SÜDTIROLS ÄPFEL IM AUSLAND

Äpfel sind Südtirols wertvollster Agrarexport → **500 Mio. € pro Jahr**

Südtirols **Äpfel** gehen nahezu überall hin, der **außereuropäische Markt** gewinnt zunehmend an Bedeutung → **Saudi-Arabien, Ägypten und Indien nehmen jeweils ca. 4% auf**

In **Deutschland** sind wir Hauptlieferant

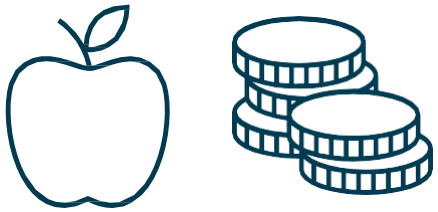
8% der **europäischen Gesamtproduktion** und **20% aller europäischen Bio-Äpfel** kommen aus Südtirol

Quelle: suedtirolerapfel.com

APFEL: WERTSCHÖPFUNG FÜR GESAMTE WIRTSCHAFT

Wertschöpfung

- Direkte Wertschöpfung **350 Mio. €**
- Indirekte Wertschöpfung **630 Mio. €**



Der Apfel als ein Motor der Wirtschaft

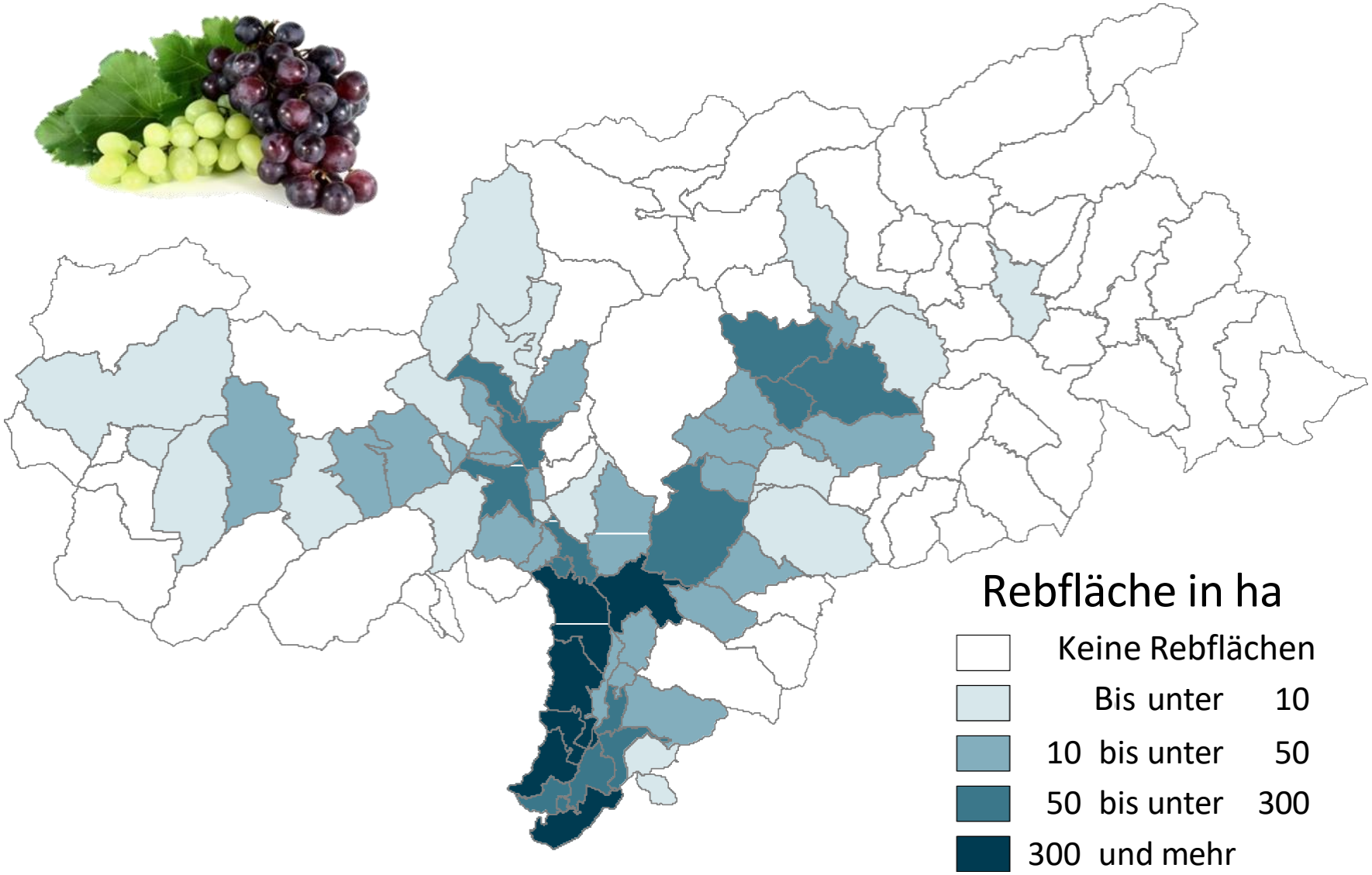
- Wichtiger Auftraggeber für nachgelagerte Sektoren
- Obstgenossenschaften: Über **2.000 stabile Arbeitsplätze**
- **Apfel**: rund **13 % am Südtiroler Export**

Quelle: Handelskammer Bozen (2015)

WEINWIRTSCHAFT

Quelle: Südtirol Wein

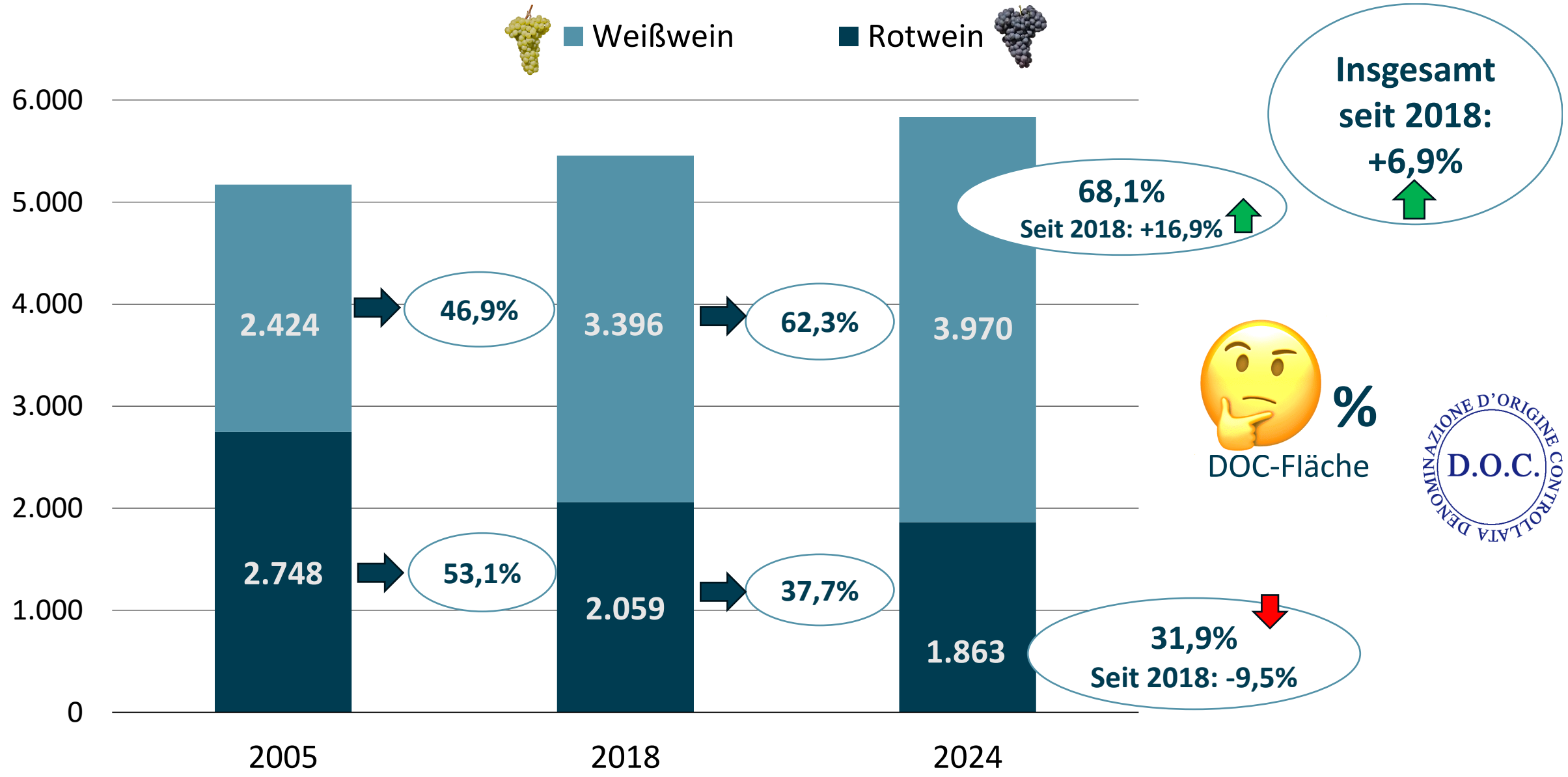
REBFLÄCHE IN SÜDTIROL NACH GEMEINDEN



Quelle: Handelskammer Bozen (2018)

STARKE ZUNAHME DER REBFLÄCHE FÜR WEISSWEINSORTEN

In Hektar

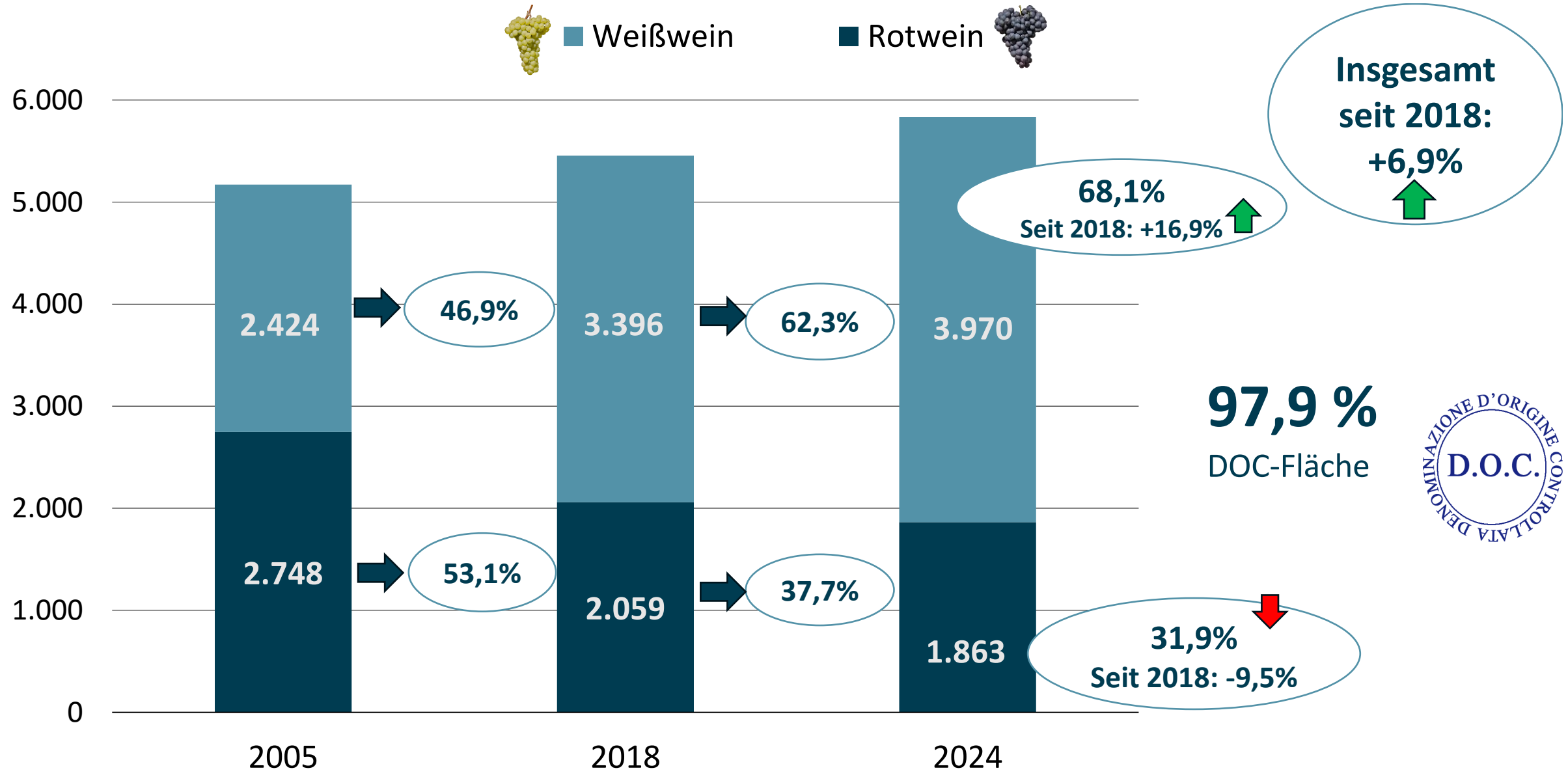


Quelle: Handelskammer Bozen; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

STARKE ZUNAHME DER REBFLÄCHE FÜR WEISSWEINSORTEN

In Hektar

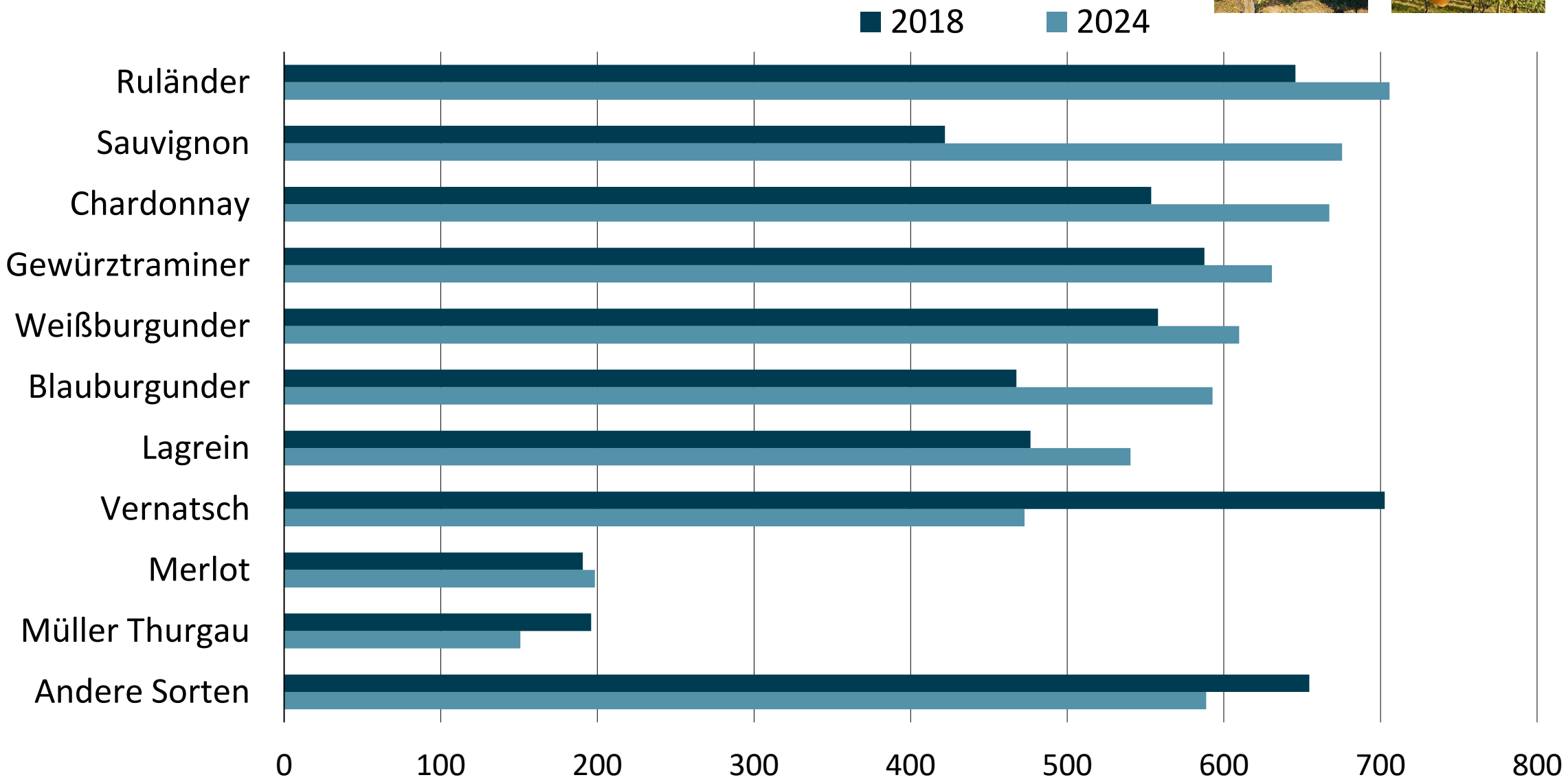


Quelle: Handelskammer Bozen; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

SÜDTIROLER REBFLÄCHE NACH SORTEN – 2018 UND 2024

In Hektar



Quelle: Handelskammer Bozen; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

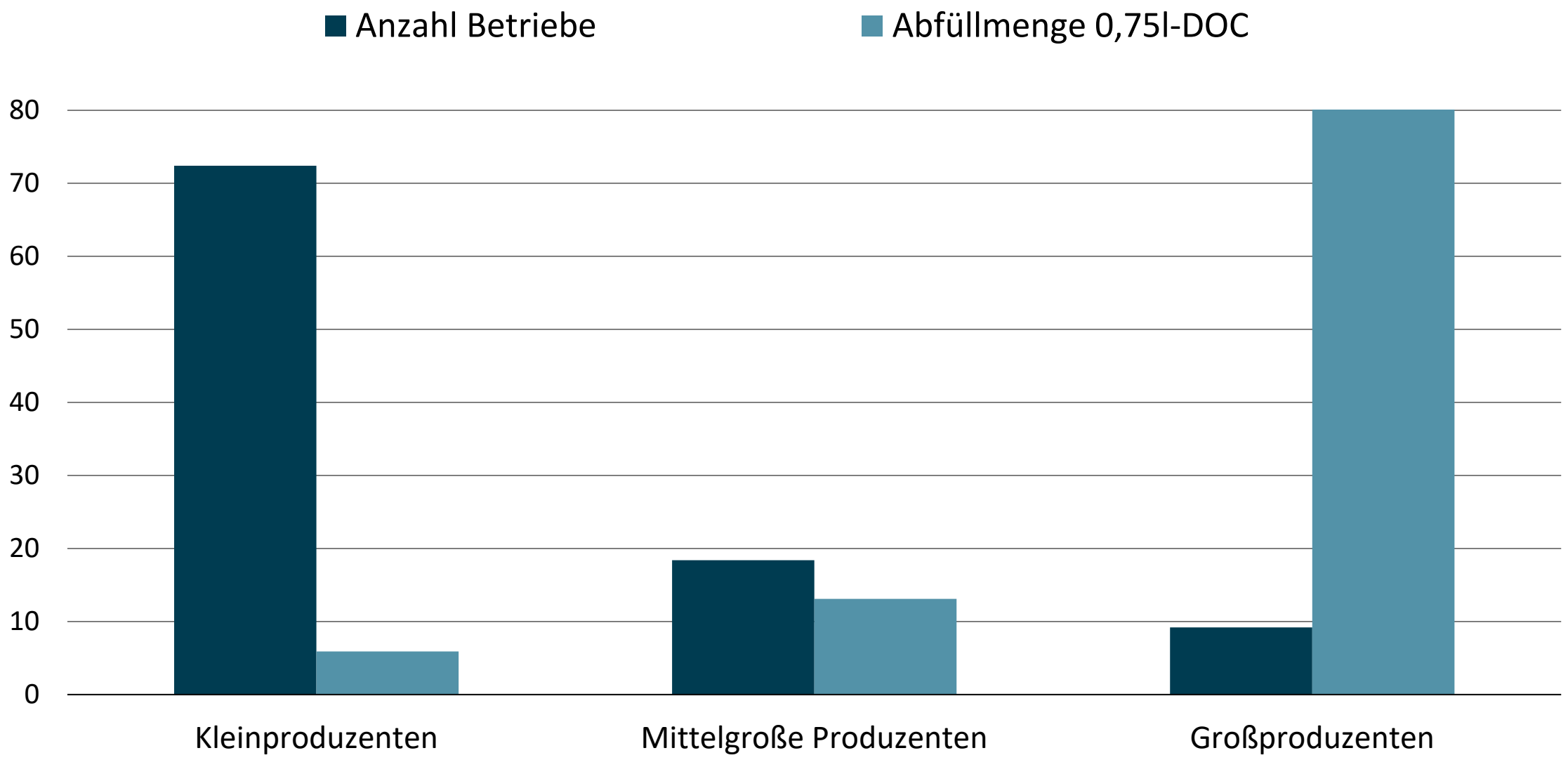
WEINPRODUZENTEN (0,75l-DOC) NACH GRÖSSENKLASSEN

5.000 Weinbauern	Anzahl Betriebe		Abfüllmenge			
	2018	2024	2018		2024	
			Anzahl (Tsd. Flaschen)	Verteilung (%)	Anzahl (Tsd. Flaschen)	Verteilung (%)
Großproduzenten (> 500 Tsd. Fl.)	19	20	28.342	81,2	30.270	81,0
Mittelgroße Produzenten (51-500 Tsd. Fl.)	32	40	4.667	13,4	4.913	13,0
Kleinproduzenten (bis 50 Tsd. Fl.)	127	157	1.874	5,4	2.192	5,9
Insgesamt	**178**	**217**	**34.883**	**100**	**37.374**	**100**

Quelle: Handelskammer Bozen; Ausarbeitung WIFO

VERTEILUNG DER WEINPRODUZENTEN NACH GRÖSSENKLASSEN – 2024

Verteilung in Prozent

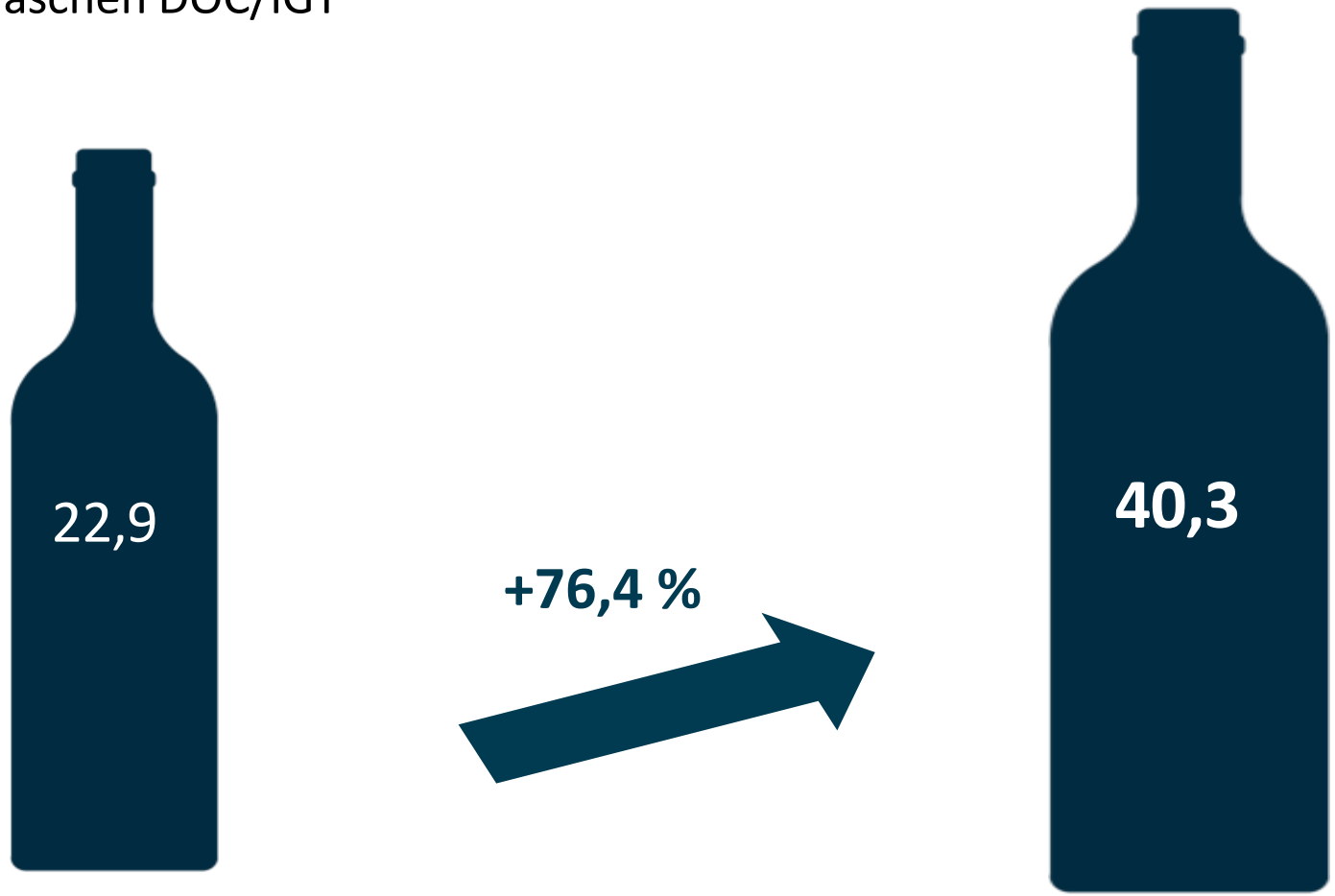


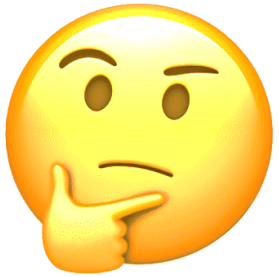
Quelle: Handelskammer Bozen; Ausarbeitung WIFO

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

VERKAUFSMENGE VON SÜDTIROLER WEIN

In Millionen 7/10-Flaschen DOC/IGT



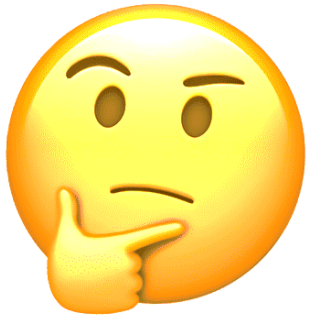


2005	2018
Rotwein: 40 %	**34 %**
Weißwein: 60 %	**66 %**

Quelle: WIFO (eigene Erhebung, 2018)

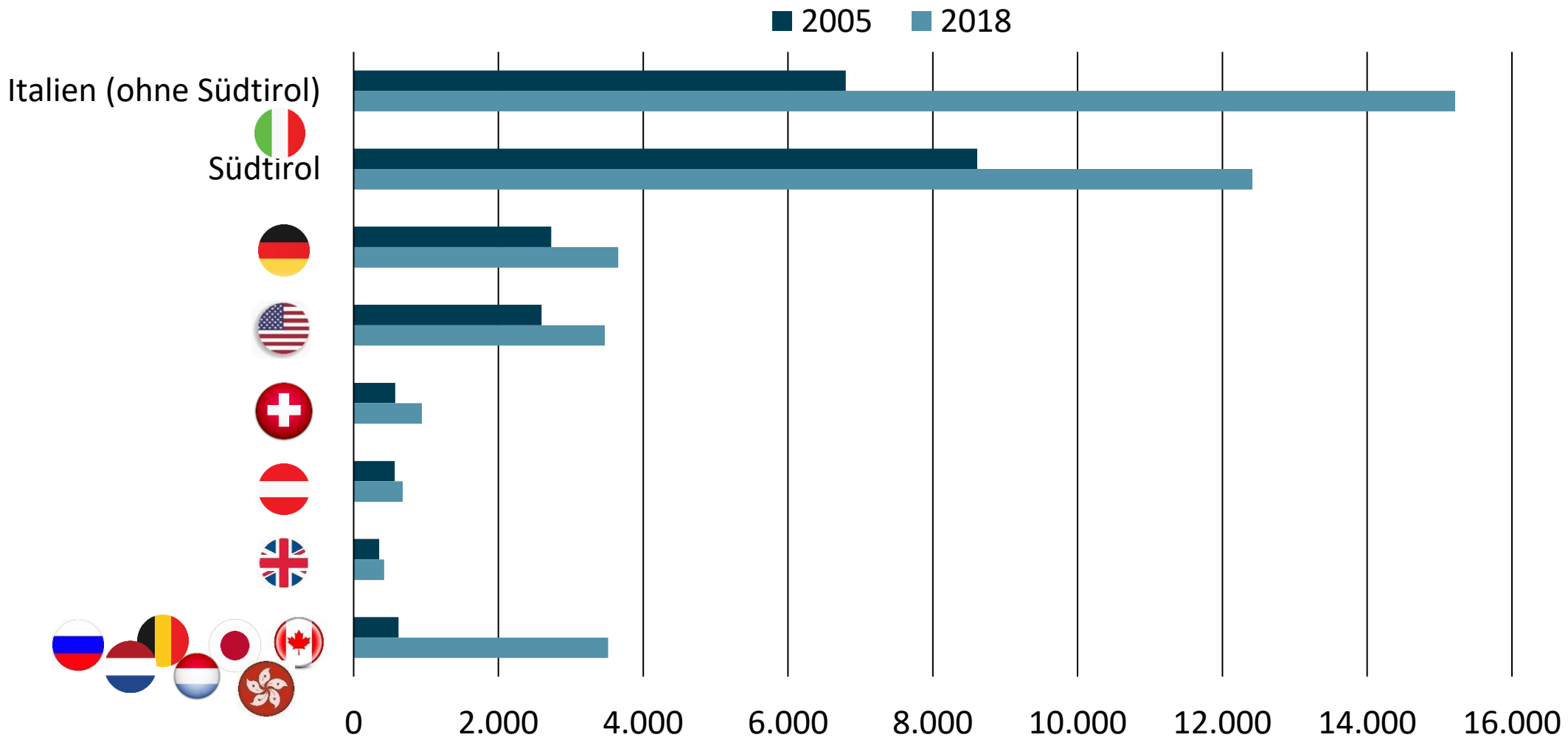
ABSATZMÄRKTE VON SÜDTIROLER WEIN

In Tausend 7/10-Flaschen DOC/IGT



ABSATZMÄRKTE VON SÜDTIROLER WEIN

In Tausend 7/10-Flaschen DOC/IGT

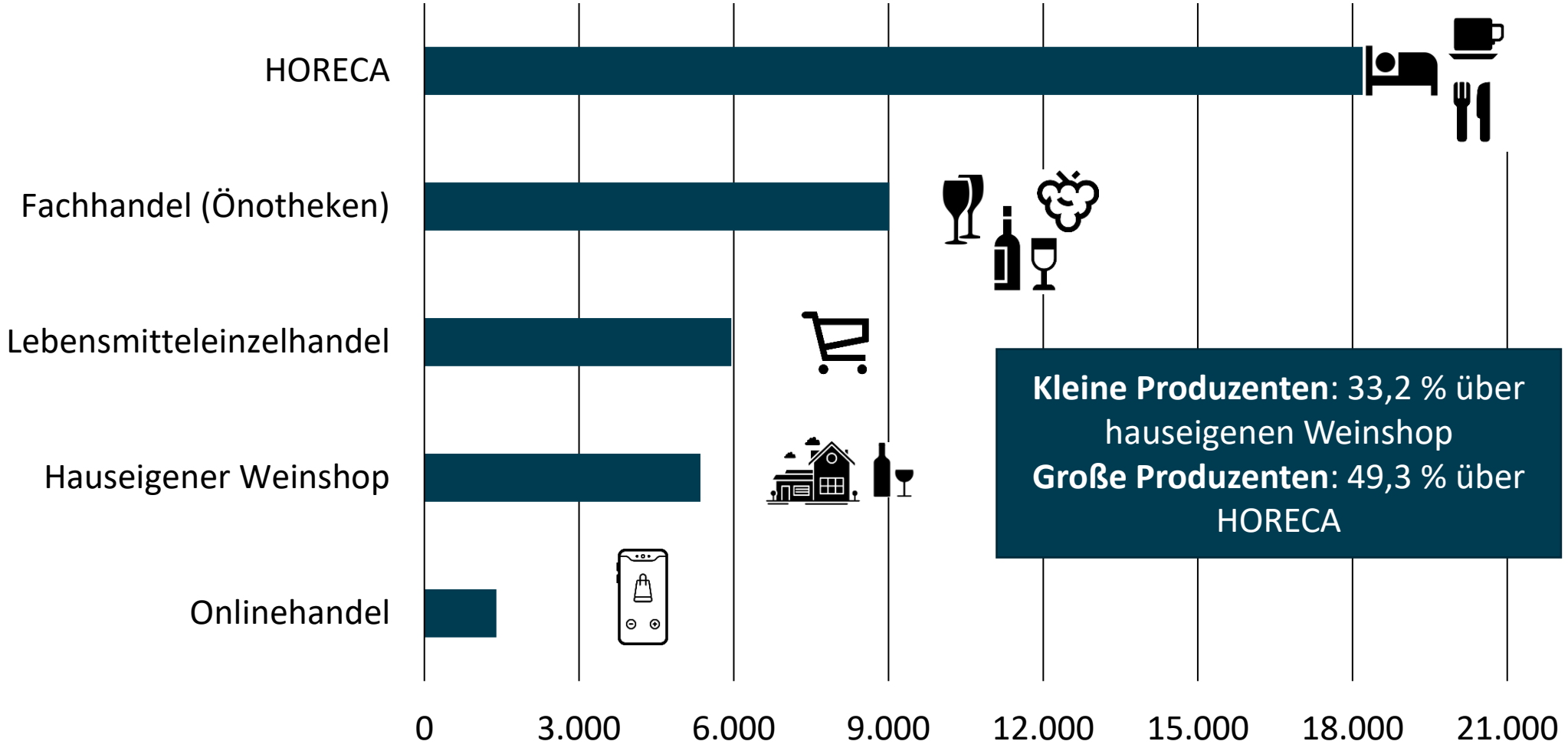


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

VERKAUFSKANÄLE VON SÜDTIROLER WEIN

In Tausend 7/10-Flaschen DOC/IGT



Quelle: WIFO (eigene Erhebung, 2018)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

WEIN - ÜBERSICHT

Stand 2020

Rebfläche

Weißwein

Vernatsch

Biofläche

Absatz

von 7/10 Flaschen

Weißwein

Rotwein

+ neue Märkte

46%

über HORECA

Trends

» Nachhaltige Produktion

» Lagenweine

» Onlinehandel

» Digitale Etiketten

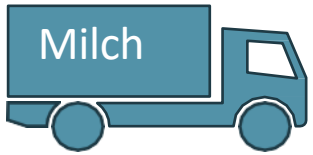
MILCHWIRTSCHAFT

MILCHPRODUKTION UND WEITERVERARBEITUNG

Milchproduktion
auf den Milchhöfen

Eigenbedarf

Anlieferungen
an Molkereien



Importierte
Milch

Milchverarbeitung
durch die Molkereien

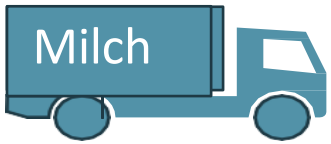
Rohmilch

Milcherzeugnisse

Frisch
- Trinkmilch

Verarbeitet
- Käse
- Butter
- Milchpulver
- Molke

MILCHPRODUKTION IN SÜDTIROL

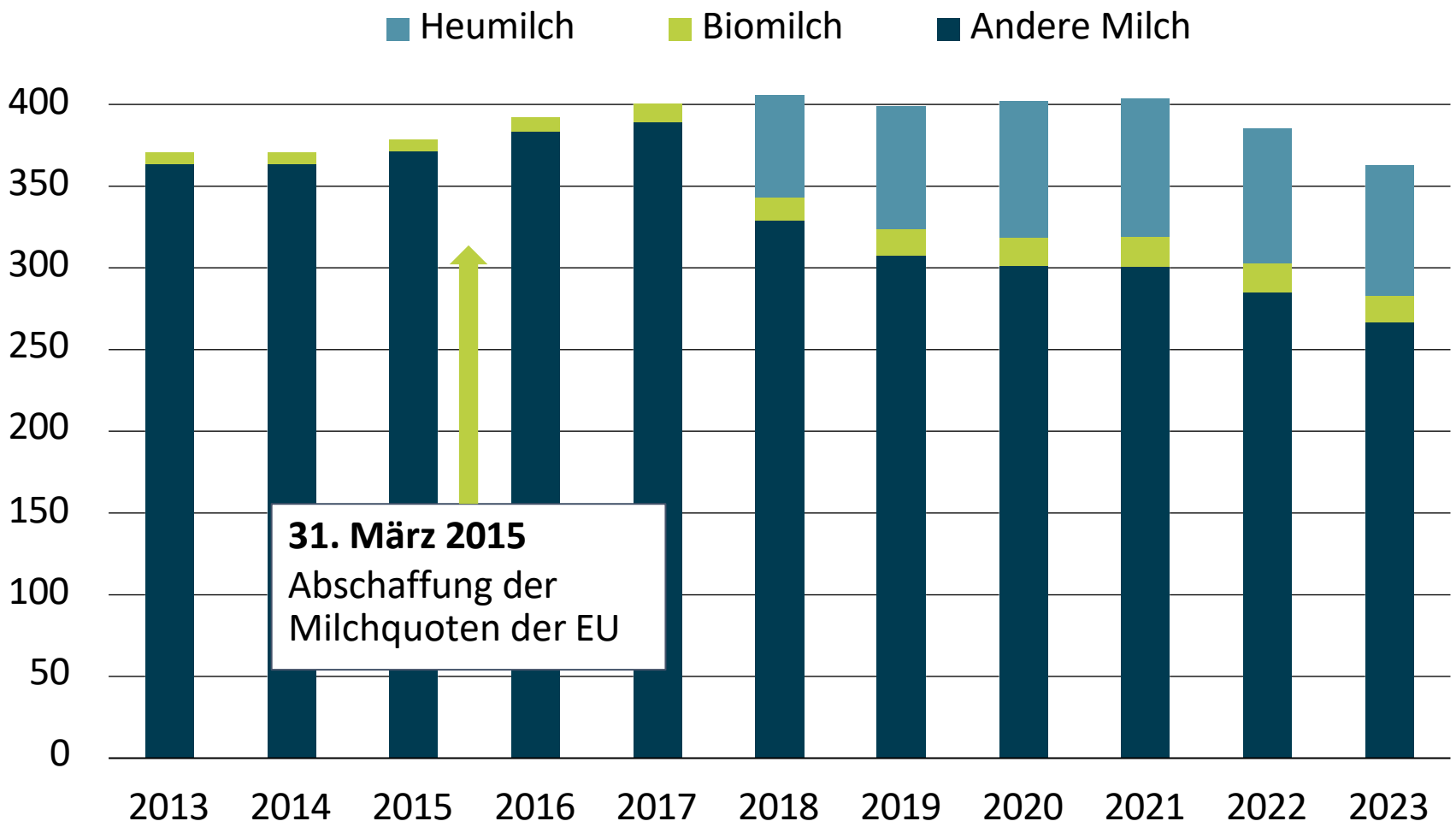


	Milchanlieferungsmenge in Tonnen	Anzahl der Milchlieferanten
1990	287.300	7.700
2000	350.200	6.200
2010	379.700	5.400
2018	405.800	4.700
2023	362.500	4.105

Quelle: Sennereiverband Südtirol; CLAL

MILCHLIEFERUNGEN IN SÜDTIROL

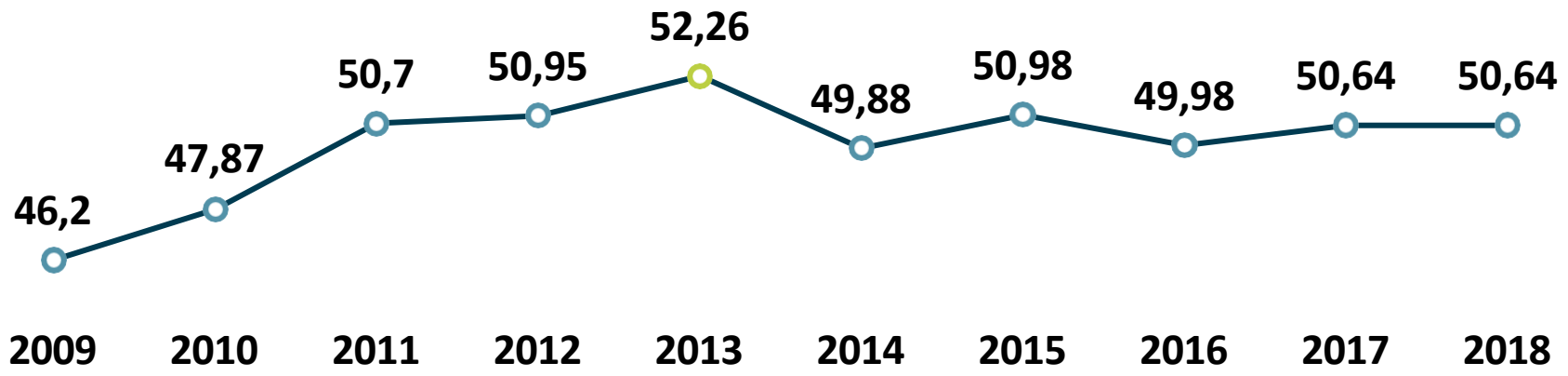
In Millionen Kilogramm



Quelle: Sennereiverband Südtirol, Ausarbeitung WIFO

AUSZAHLUNGSPREISE

Durchschnittlicher Milchpreis pro Jahr in Cent pro Kilogramm



2023:
68,68

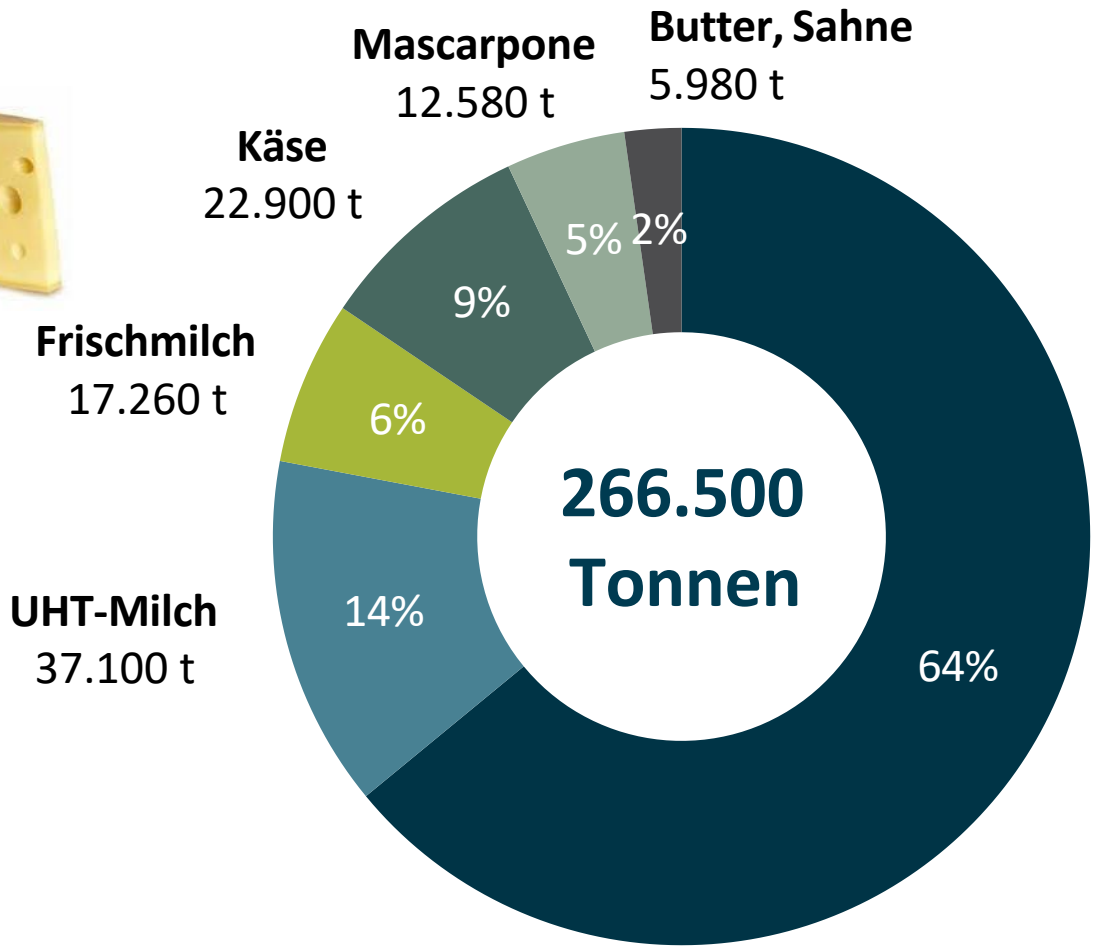
MILCHPREISE IM INTERNATIONALEN VERGLEICH OHNE MWST. - 2023

EU (27)	46,95	**Frankreich**	46,06
Lombardei	51,34	**Schweiz**	76,64
Deutschland	44,64	**Neuseeland**	32,42
Österreich	48,36	**USA**	41,73

Quelle: Sennereiverband Südtirol; CLAL

KUHMILCHERZEUGNISSE

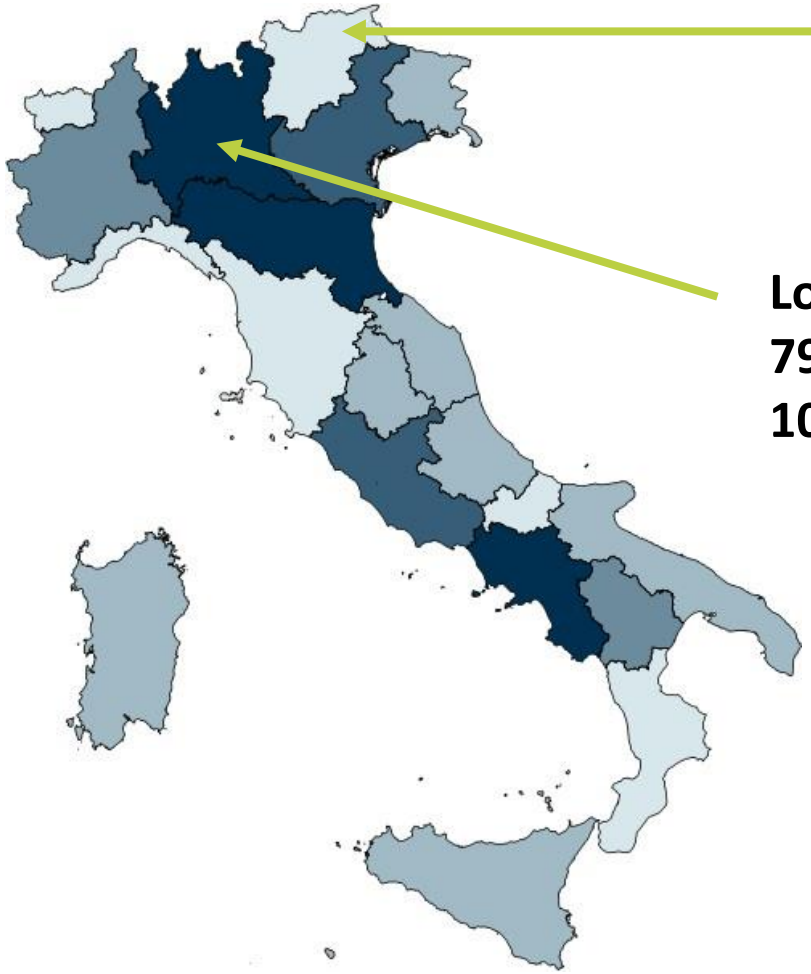
Verteilung nach Menge (Tonnen; gerundet) in Prozent



Quelle: Sennereiverband Südtirol (2023), Ausarbeitung WIFO

MILCHKÜHE PRO BETRIEB

Durchschnittliche Anzahl der Milchkühe pro Betrieb

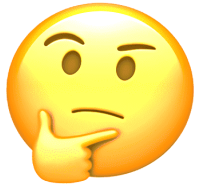


Südtirol
10,6 Milchkühe pro Betrieb
5.700 Kg Milch pro Kuh

Lombardei
79,4 Milchkühe pro Betrieb
10.166 Kg Milch pro Kuh

Milchkühe pro Betrieb

- unter 20
- 20 bis unter 30
- 30 bis unter 40
- 40 bis unter 50
- 50 und mehr



Quelle: CLAL (2016/2018), Ausarbeitung WIFO

WIEVIEL MILCH PRODUZIERT EINE KUH PRO TAG?

Jahresdurchschnitt 2018

Lombardische Durchschnittskuh

27 Liter

Europäische Durchschnittskuh

18 Liter

Südtiroler Durchschnittskuh

15 Liter

Quelle: Eurostat, CLAL; Ausarbeitung WIFO

SÜDTIROLER SPECK

ECKDATEN ZUM SÜDTIROLER SPECK

🤔 Hersteller von Südtiroler Speck g.g.A.

1.350 Beschäftigte

Quelle: Südtiroler Speck Konsortium (2023)

ECKDATEN ZUM SÜDTIROLER SPECK

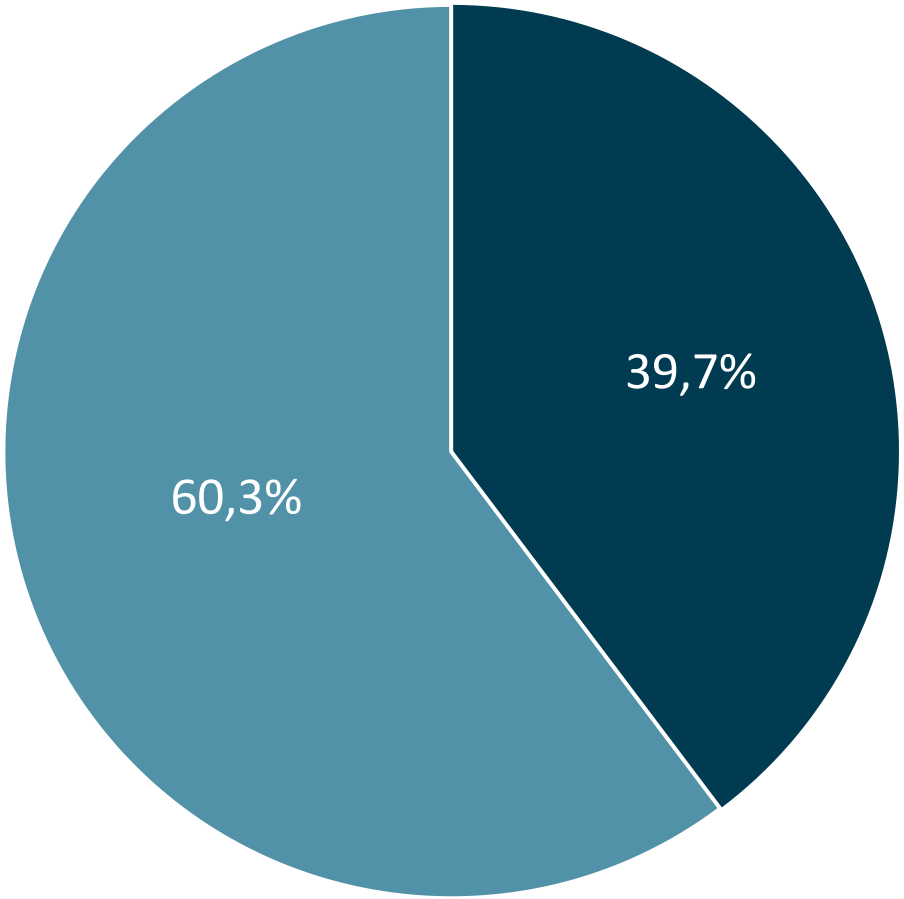
28 Hersteller von Südtiroler Speck g.g.A.

1.350 Beschäftigte

Quelle: Südtiroler Speck Konsortium (2023)

SPECKHERSTELLUNG DER ANERKANNTEN PRODUZENTEN

Verteilung in Prozent



- Südtiroler Speck g.g.A.
- Anderer Speck

Gesamte Produktionsmenge 2023:

6,3 Mio. Hammen

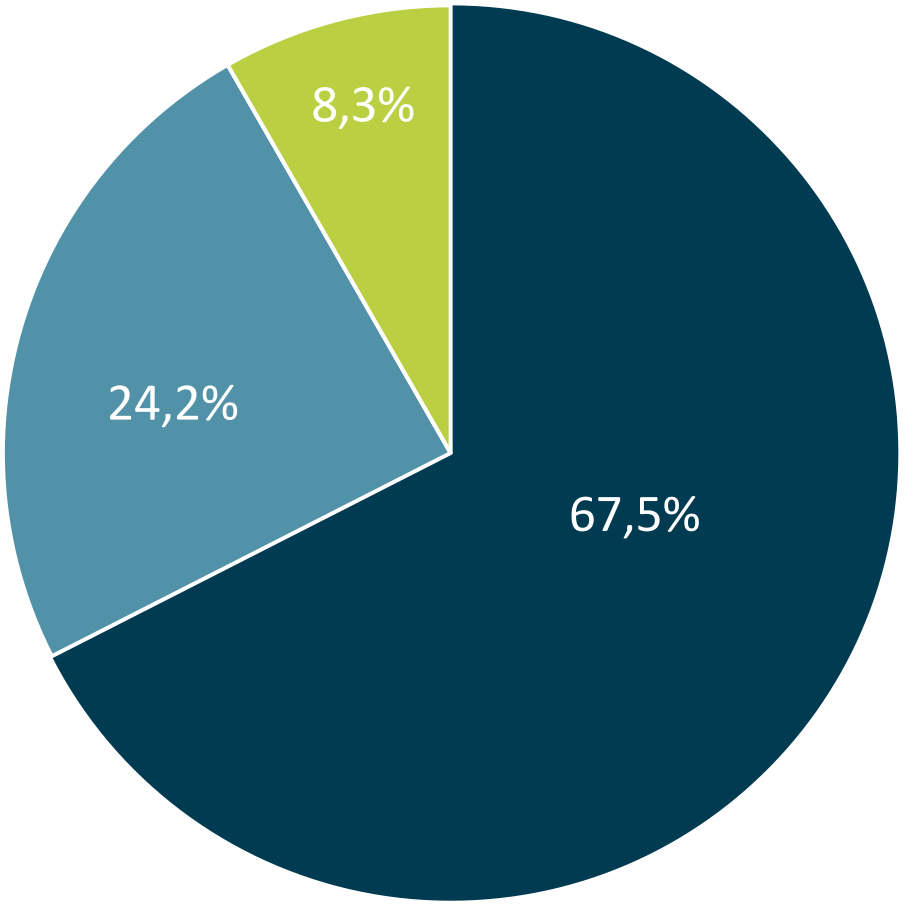
≈

28,7 Mio. kg

Quelle: Südtiroler Speck Konsortium (2023)

ABSATZMÄRKTE VON SÜDTIROLER SPECK g.g.A.

Verteilung in Prozent



- Italien
- Deutschland
- Andere Länder

Produktionsmenge 2023:

2,5 Mio. Hammen
≈
11,3 Mio. kg

BÄUERLICHE DIREKTVERMARKTUNG

Quelle: Südtiroler Bauernbund

WAS SIND DIREKTVERMARKTER?

Definition laut Dekret LH 2012/10

Alle einzelnen oder zusammengeschlossenen landwirtschaftlichen Unternehmen in Südtirol mit:

- **Haupttätigkeit** in der **Landwirtschaft**
- **Produktion/Verarbeitung von Lebensmitteln** (>50% der Primärprodukte (Wert) müssen aus eigener Landwirtschaft stammen)
- **Verkauf** der Produkte auf **eigenem Namen** und auf **eigene Rechnung**, deshalb Genossenschaften ausgenommen
- Ausschank ist keine Direktvermarktertätigkeit

Zusätzliches Kriterium:

- **Mindestumsatz** von **10.000 Euro** pro Jahr aus der Direktvermarktung

Quellen: Dekret LH 2012/10, WIFO

WAS SIND DIREKTVERMARKTER?

Definition laut Dekret LH 2012/10

Alle einzelnen oder zusammengeschlossenen landwirtschaftlichen Unternehmen in Südtirol mit:

- **Haupttätigkeit** in der **Landwirtschaft**
- **Produktion/Verarbeitung von Lebensmitteln** (>50% der Primärprodukte (Wert) müssen aus eigener Landwirtschaft stammen)
- **Verkauf** der Produkte auf **eigenem Namen** und auf **eigene Rechnung**, deshalb Genossenschaften ausgenommen
- Ausschank ist keine Direktvermarktertätigkeit

610
Direktvermarkter in Südtirol

Zusätzliches Kriterium:

- **Mindestumsatz** von **10.000 Euro** pro Jahr aus der Direktvermarktung

Quellen: Dekret LH 2012/10, WIFO

DYNAMISCHE ENTWICKLUNG DER DIREKTVERMARKTER SEIT 2018

455 Betriebe - 2019
610 Betriebe - 2024
+ 155 (+34 %)

77,2 %
Vollerwerbsbetriebe

72,4 % über 600 m Meereshöhe

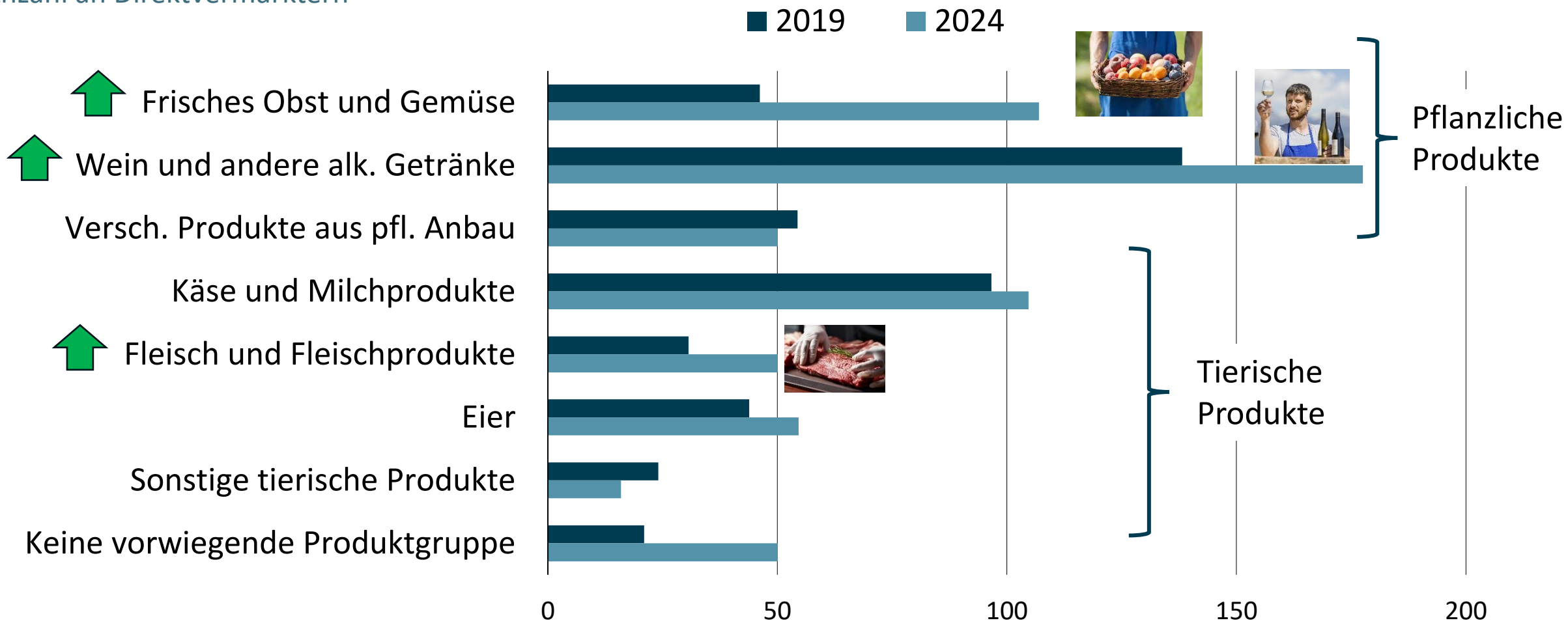
34 % mit UaB
Landwirtschaft insgesamt: **18 %**

28 % Biobetriebe
Landwirtschaft insgesamt: **10 %**

Quellen: WIFO (eigene Erhebung); ASTAT, Autonome Provinz Bozen, Agrar- und Forstbericht

DIREKTVERMARKTER NACH VORWIEGEND VERMARKTETEN PRODUKTGRUPPEN(a) – 2019 und 2024

Anzahl an Direktvermarktern

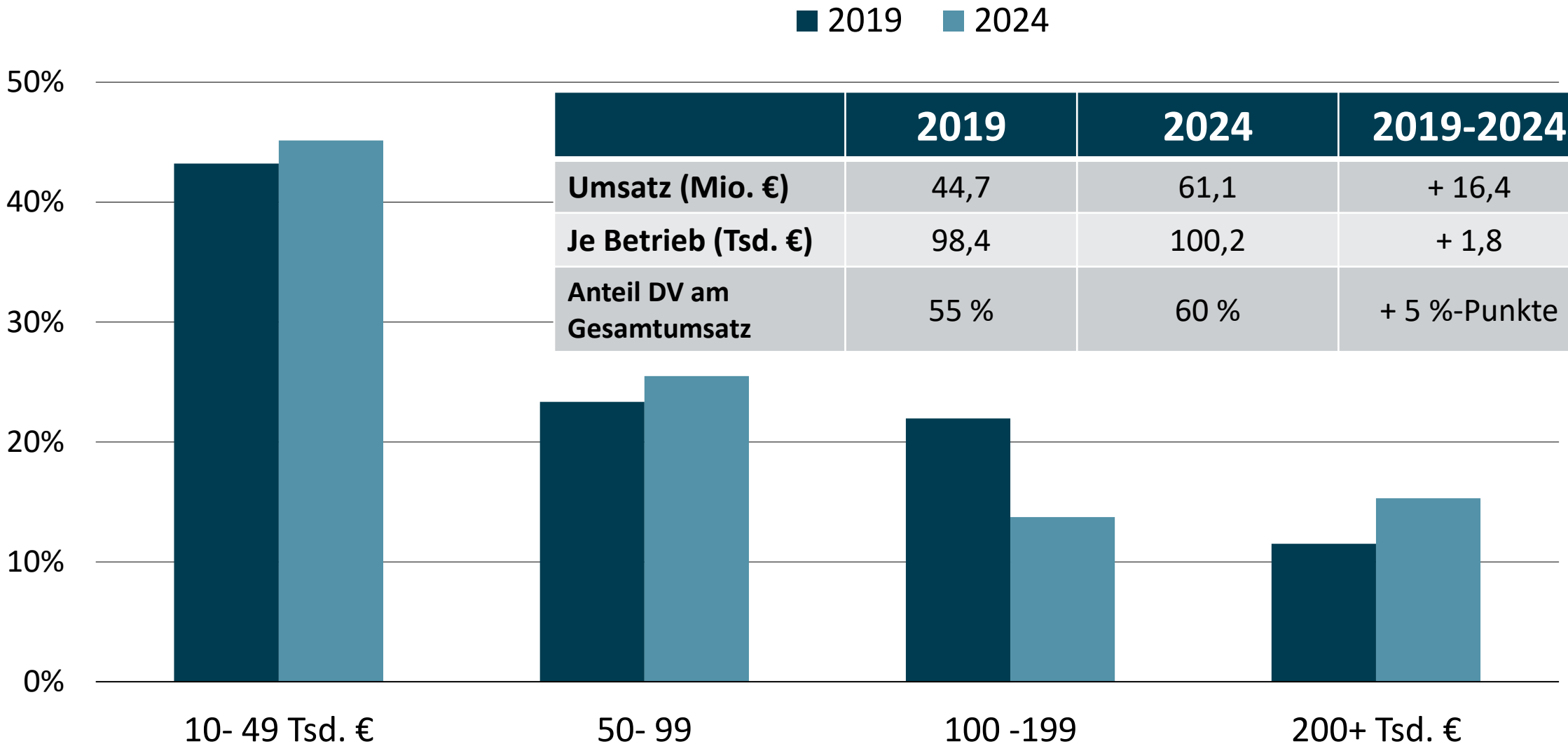


(a) Mehr als 50 % des Umsatzes aus der Direktvermarktung entfallen auf die jeweilige Produktgruppe.

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

DIREKTVERMARKTER NACH UMSATZKLASSEN – 2019 und 2024

Verteilung in Prozent



	2019	2024	2019-2024
Umsatz (Mio. €)	44,7	61,1	+ 16,4
Je Betrieb (Tsd. €)	98,4	100,2	+ 1,8
Anteil DV am Gesamtumsatz	55 %	60 %	+ 5 %-Punkte

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

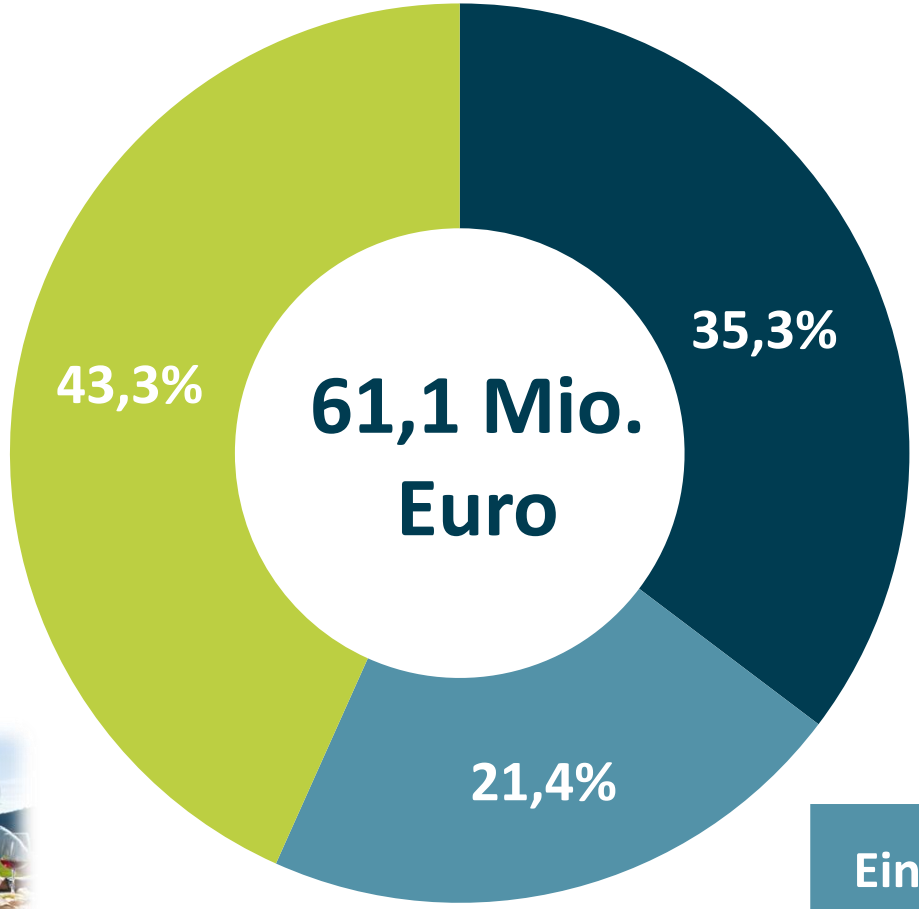
WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

UMSATZ AUS DER DIREKTVERMARKTUNG NACH ABSATZKANÄLEN - 2024

Verteilung in Prozent

Ab-Hof/Bauernmarkt:
> 40% Touristen

Gastronomie



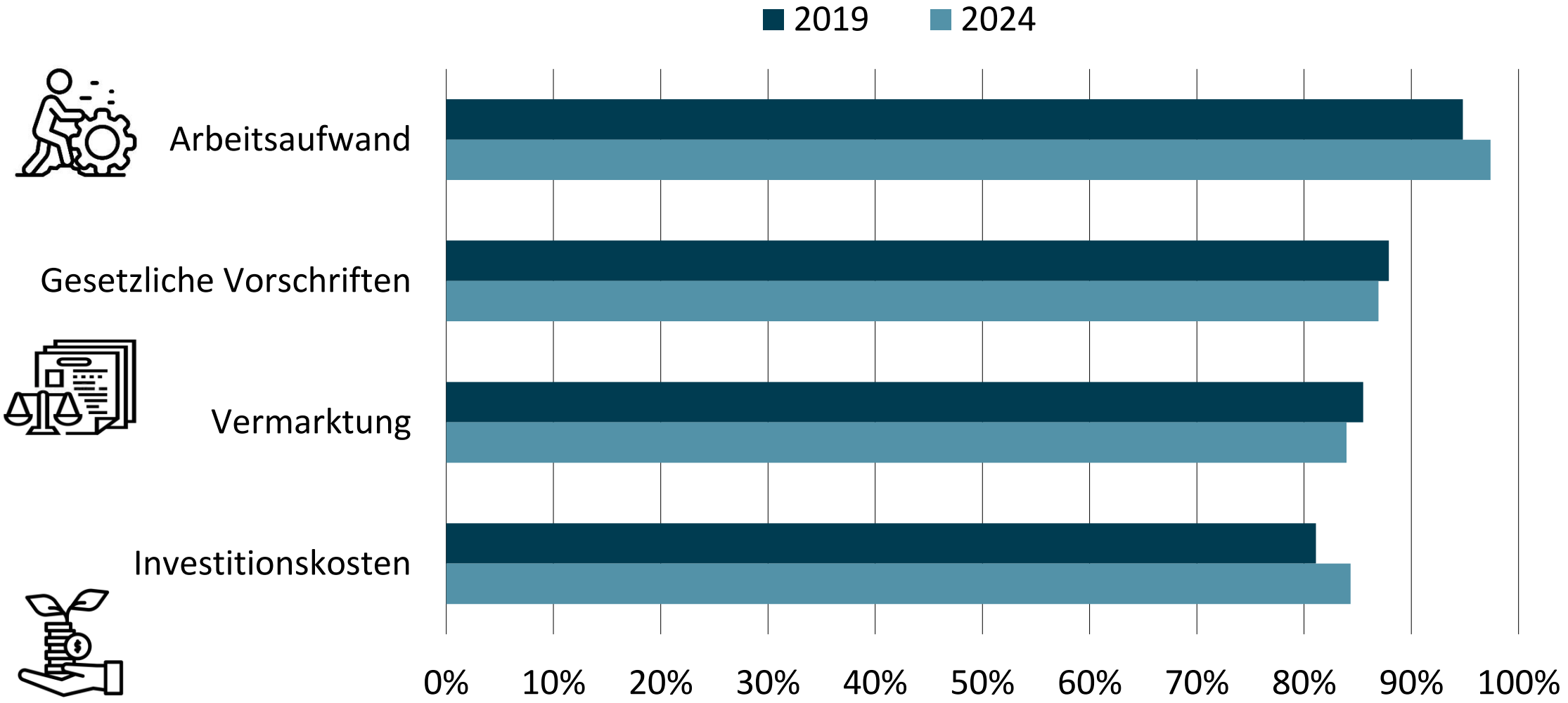
Direkt an den Endkonsumenten (v.a. Ab-Hof-Verkauf und Bauernmarkt)

Einzelhandel

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

HERAUSFORDERUNGEN DER DIREKTVERMARKTUNG– 2019 und 2024

Anteil der Direktvermarkter, die folgende Aspekte als „sehr aufwändig“ oder „eher aufwändig“ bewerteten, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

„FÜR WELCHE PRODUKTE BZW. PRODUKTGRUPPEN SEHEN SIE IN ZUKUNFT DAS GRÖßTE POTENTIAL IN DER DIREKTVERMARKTUNG?“

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

HANDLUNGSVORSCHLÄGE

- Weitere **Vereinfachung bürokratischer Auflagen** und **Verstärkung der Beratungsangebote**
- **Know-How-Transfer** von etablierten Betrieben zu Neueinsteigern fördern
- Ein Schlüssel zum Erfolg ist die **verstärkte Kooperation mit Gastgewerbe**
- **Nutzung von Plattformen** (z. B. Genussrouten, Festivals)
- Stärkere **Sensibilisierung** bei heutigen/zukünftigen Konsumentinnen und Konsumenten z.B. über **Bildungseinrichtungen**
- **Einheitliche Qualitäts- und Markenstrategien**

MARKTPOTENTIAL SÜDTIROLER QUALITÄTSRINDFLEISCH!? EXPERTENINTERVIEWS - WIFO 2024

Hintergrund

- **Über 100 Höfe** werden jährlich in der Viehwirtschaft **aufgelassen** ->
  - Fleischmast grundsätzlich interessante Alternative
- **Vermarktungspotential nicht erreicht**: nur Teil (1.500) des Potentials 2016 (4.000)
  - Südtiroler Qualitätsfleischprogramm (**200 Bauern**, **1.200 Rinder**)
  - Andere Programme (Roter Hahn, Sarner Fleisch,…): ca. **300 Rinder**
- **Experteninterviews mit Stakeholdern**, um Herausforderungen zu klären

Quelle: WIFO (2024)

PROBLEME LAUT EXPERTEN

Bauern: Produktionskosten sind hoch, Preise für Rindfleisch niedrig und es besteht wenig **Wissen** zur richtigen Aufzucht

Metzger: Fehlendes **Knowhow** und es werden hpts. Edelteile von Konsumenten nachgefragt

Gastronomie: **Ganzheitliche Verwertung** nicht umsetzbar, Zahlungsbereitschaft unklar und fehlendes Knowhow bei Köchen

Erzeuger- und Vermarktungsgenossenschaften: **Verwirrung bei Logos & Siegeln** und Thema Schlachthof Bozen ungelöst

Quelle: WIFO (2024)

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN DER EXPERTEN

→ Fleischsektor auf „höhere“ Ebene bringen (Bsp. Wein) -> **alle Akteure sind gefordert**:

Landwirtschaft: **Beratung und Sensibilisierung** zur Aufzucht, Alternativen zur Milchwirtschaft aufzeigen; auf **Alleinstellungsmerkmale** bauen (z.B. Weidehaltung) und effizienter arbeiten

Metzger: Konsumenten und Gastronomen zur **ganzheitlichen Verwertung** sensibilisieren: durch Rezept- bzw. Verarbeitungsideen, Special Cuts, Halbfertigprodukte

Gastronomie: **Flexible Menüs** und **Storytelling**, v.a. in kleineren Betrieben

E*rzeuger- und Vermarktungsgenossenschaften*: Zusammenschluss zu einer **einheitlichen Genossenschaft** und **einziges Qualitätszertifikat**

Verbände und Land: **Bewusstseinsbildung** (siehe Wein) und Anpassungen bei **Ausbildung** von Metzgern und Köchen

EIGENVERSORGUNG ODER HOHE WERTSCHÖPFUNG – EINE GRUNDFRAGE

- **Ziel** → Transformation des Ernährungssystems in Richtung **Selbstversorgung (z.B. Nest – Projekt EURAC)**
  - Massive Ausweitung der Anbaufläche für Getreide, Gemüse und sonstiges Obst
  - Massive Reduktion der Apfel- und Weinbaufläche

- **Oder Ziel → hohe Wertschöpfung und Einkommenssicherung für Landwirte**
  - Spezialisierung auf wertschöpfungsintensive Bereiche (wie Wein, Apfel)

REGIONALITÄT UND QUALITÄTSSIEGEL

Qualität
SÜDTIROL

Südtiroler Speck g.g.A.
SÜDTIROL
Speck Alto Adige IGP

Südtiroler Apfel g.g.A.
SÜDTIROL

SÜDTIROL
Südtirol Wein
Vini Alto Adige

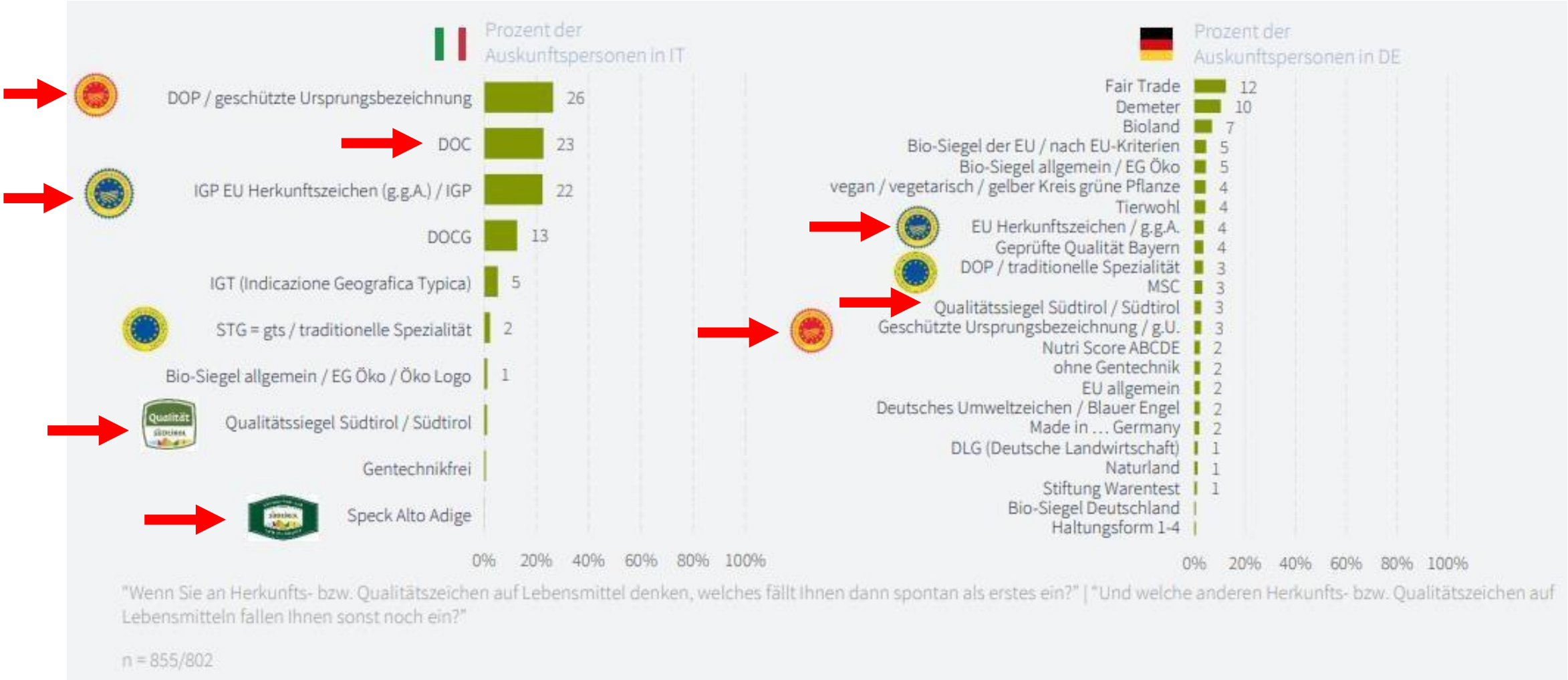
QUALITÄTS- UND HERKUNFTSZEICHEN IN SÜDTIROL

	Qualität Südtirol	**Südtiroler Apfel g.g.A.**	**Südtiroler Speck g.g.A.**	**Stilfser Käse g.U.**	**Südtirol Wein DOC**	**Roter Hahn**
Art	Qualitätssiegel	„geschützte geographische Angabe“		„geschützte Ursprungsbezeichnung“	Ursprungsbezeichnung DOC	Qualitätssiegel
Kurz-beschreibung	Herkunft aus Südtirol und eine Qualität, die deutlich höher ist, als es der gesetzliche Standard vorsieht (genaue Kriterien)	zumindest eine der Herstellungsstufen (Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung) findet in Südtirol statt		Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung muss in Südtirol nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen	strenge Vorschriften zur Qualität in der Flasche, Höchstertragsmengen, zulässige Rebsorten	Mind. 75% der Rohstoffe vom eignen Hof, max. 25% von anderem Südtiroler Hof, 100% Verarbeitung am Hof
Einführung	Landesgesetz Nr. 12 vom 22.12.2005	Verordnung (EG) Nr. 628/2008	Verordnung (EG) Nr. 628/2008	Verordnung (EG) Nr. 628/2008	decreto-legge del 12 luglio 1963, n. 930	1998 vom SBB
Produkte	Apfelcider, Apfelsaft, Apfelessig, Beeren, Steinobst, Bier, Brot, Apfelstrudel, Eier, Fleisch, Kaminwurzen, Grappa, Fruchtaufstriche, Konfitüren, Gemüse, Kartoffeln, Honig, Kräuter, Gewürze, Milch, Milchprodukte, Trockenobst	13 Südtiroler Apfelsorten	Speck	Stilfser Käse	Rot- und Weißwein	Obst, Gemüse, Pilze, Fruchtsäfte, Trockenobst, Fruchtsirup, Honig, Fruchtaufstriche, Soßen, Eingelegtes, Wein, Cider, Bier, Destillate, Essig, Kräutertees, Gewürze, Frischfleisch, Getreide, Speck, Würste, Käse, Brot, Milchprodukte, Speiseeis, Eier, Nudeln
Kontrolle	Unabhängige und zertifizierte Kontrollstellen	Unabhängige Kontrollstelle	Unabhängiges Kontrollinstitut	Unabhängige Kontrollstelle	Unabhängige Kontrollstelle	Blindverkostung durch unabhängige Fachkommission

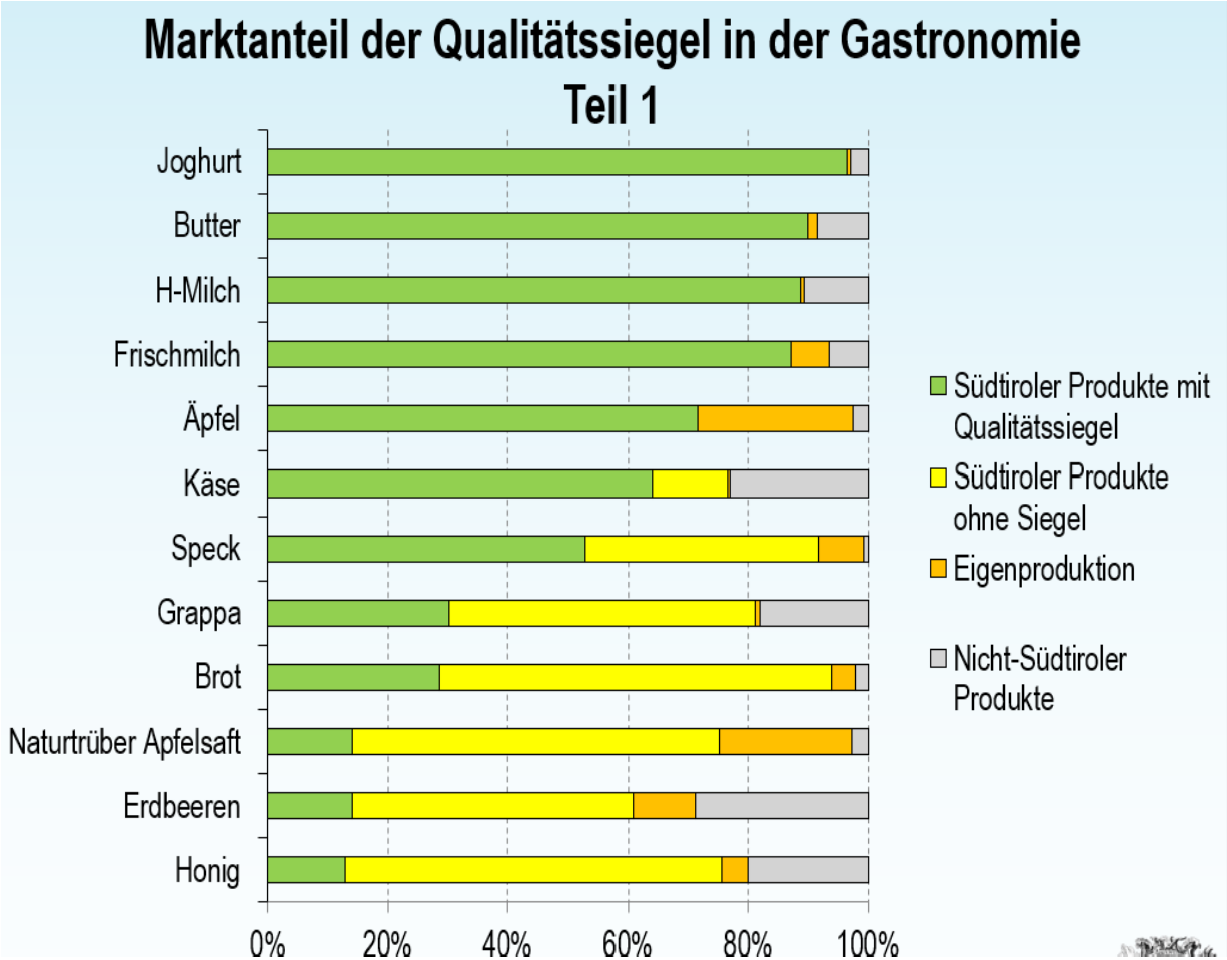
Auf EU- bzw. Italienebene geregelt

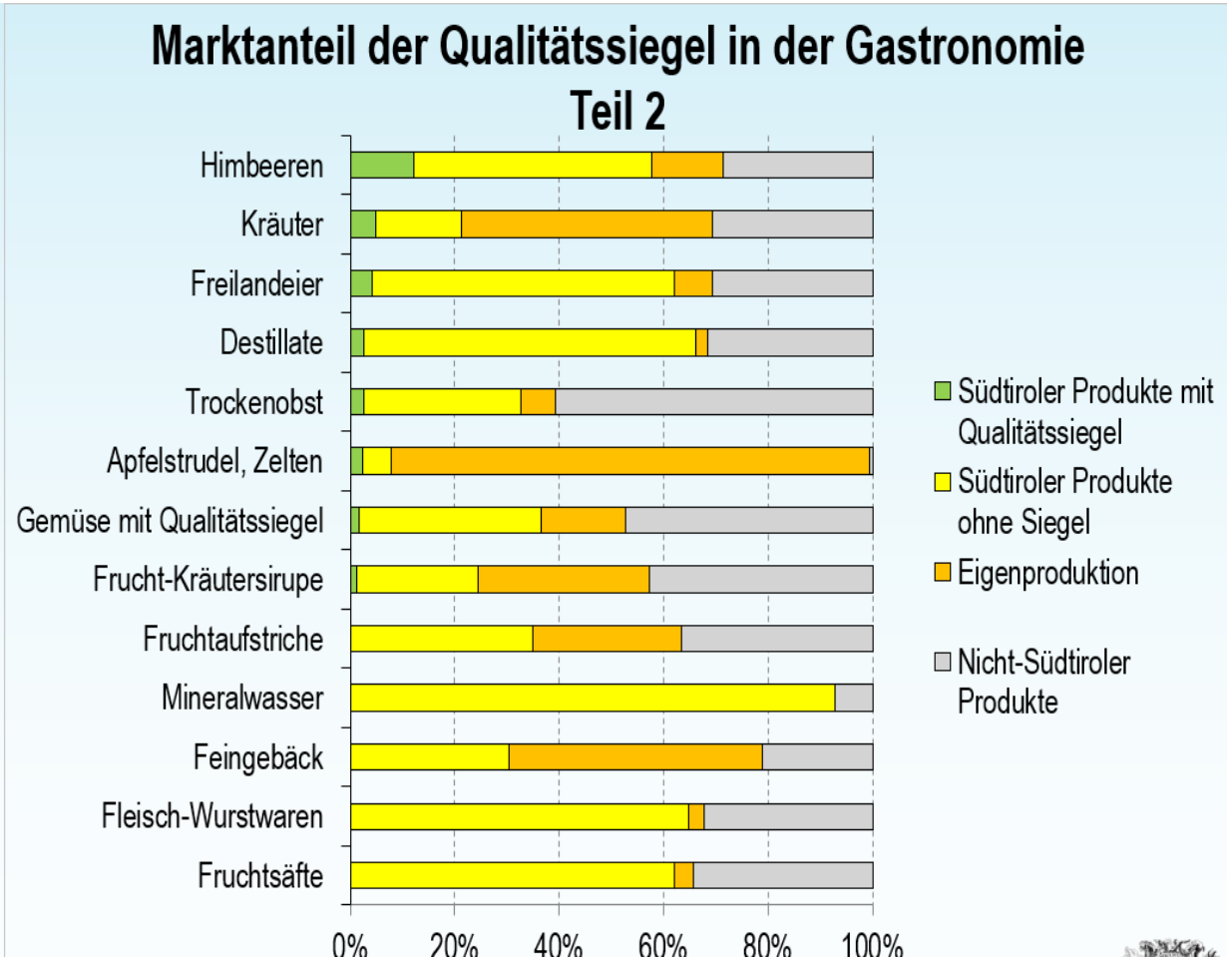
UNGESTÜTZTE BEKANNTHEIT

Herkunfts- bzw. Qualitätszeichen im Ländervergleich



Quelle: IDM (2023)





Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

DIE SICHT DER SÜDTIROLER GASTWIRTE

- Gastwirte würden stärker auf Produkte mit Gütezeichen zurückgreifen falls:

  - das **Preis-Leistung**s-Verhältnis stimmen würde (**62 %**)
  - die Lieferanten die Produkte **im Sortiment** hätten (**46 %**)
  - die Produkte in ausreichender **Menge verfügbar** wären (**45 %**)

- Grundsätzlich schätzen Gastwirte Qualitätsprodukte als **Imagefaktor** für den eigenen Betrieb und Südtirol insgesamt.

Quelle: WIFO (eigene Erhebung, Südtiroler Produkte mit kontrolliertem Qualitäts- oder Herkunftszeichen in der Südtiroler Gastronomie)

DAS THEMA NACHHALTIGKEIT BEI DER VERMARKTUNG VON SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTEN – WIFO 2024

Die Sicht der Konsumenten in Deutschland und Italien

- Wird die **Nachhaltigkeit** bei den **alltäglichen Kaufentscheidungen** tatsächlich berücksichtigt? Welche **Nachhaltigkeitsthemen** sind den Konsumenten am wichtigsten?

- Repräsentative Befragung bei **2.674 Haushalten** in Hauptabsatzmärkten für Südtiroler Qualitätsprodukte (1.399 in Süd- und Westdeutschland und 1.275 in Mittel- und Norditalien- einschließlich Südtirol)

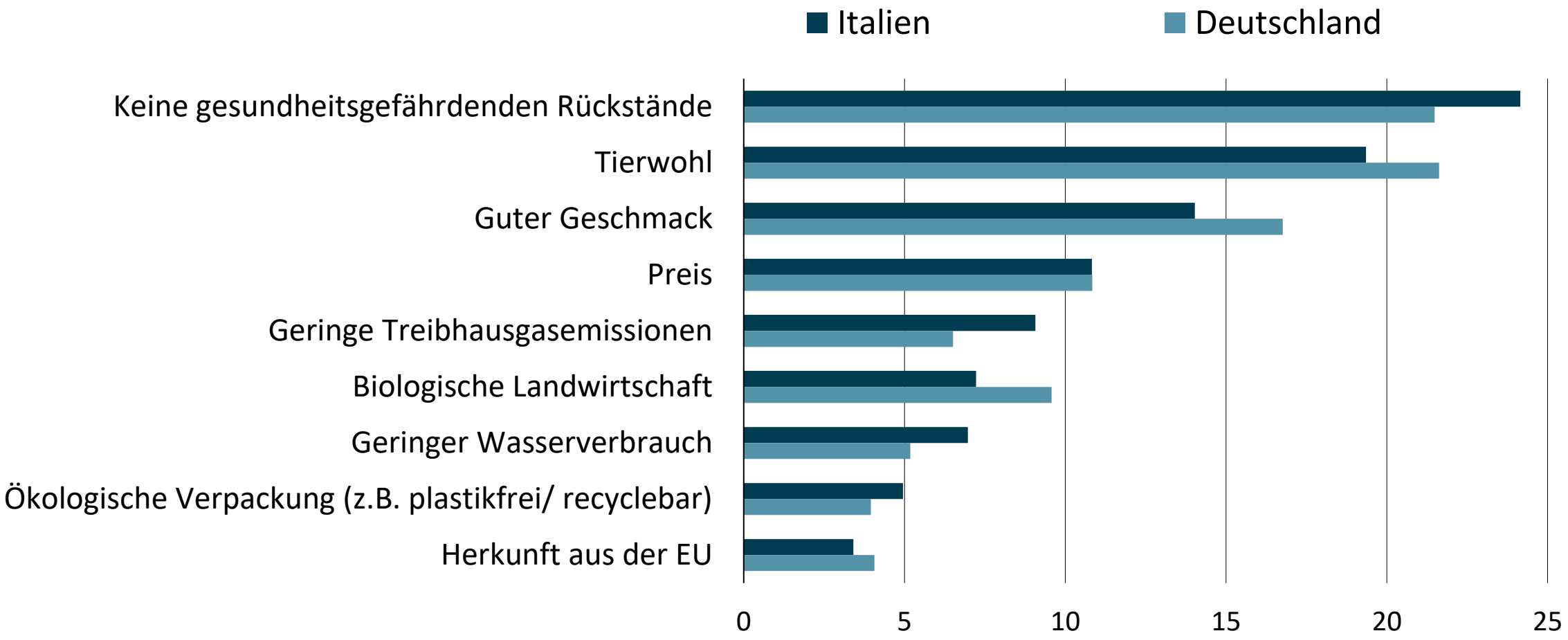
sustainapple

Unsere Milch.
Unsere Zukunft.

Quelle: WIFO (2024)

RELEVANZ DER NACHHALTIGKEITSTHEMEN IM VERHÄLTNIS ZU GESCHMACK UND PREIS

Verteilung in Prozent, nach Ländern

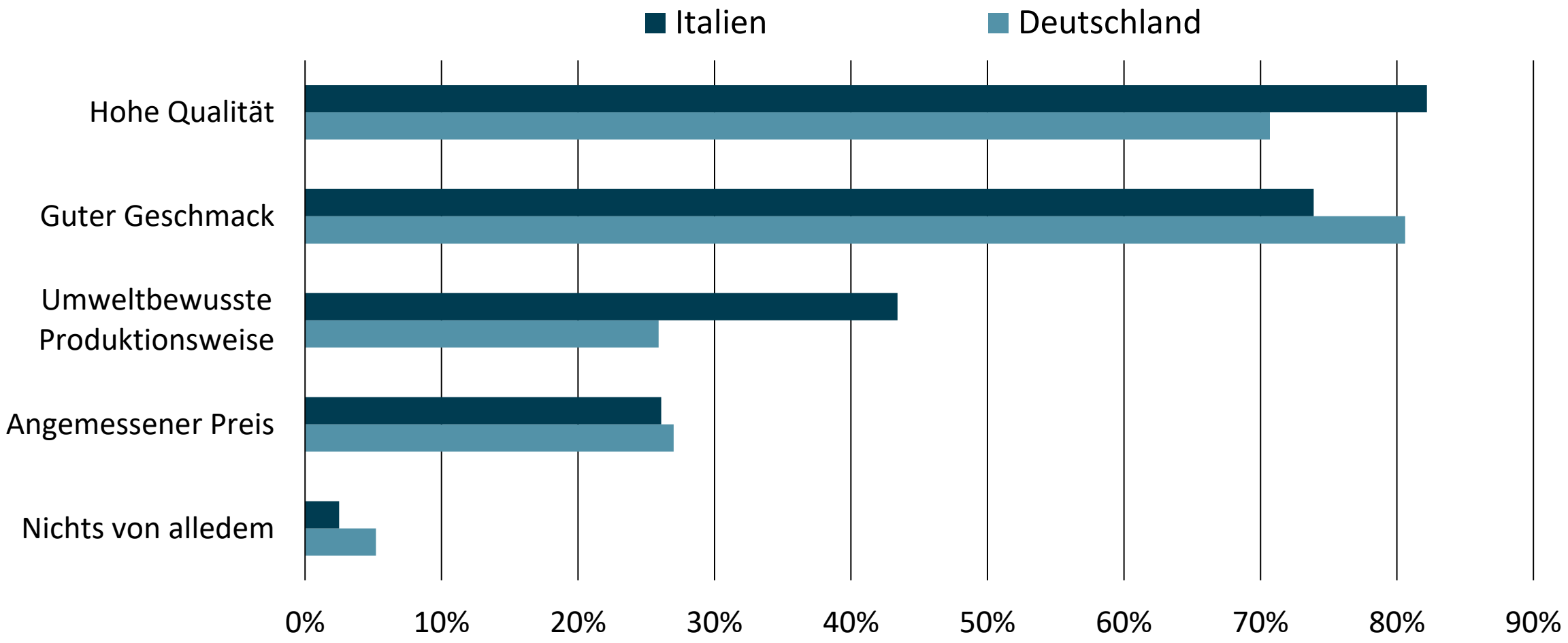


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

„MIT WELCHEN MERKMALEN VERBINDEN SIE SÜDTIROLER PRODUKTE?“

Anteil der Haushalte die Südtiroler Produkte kennen, in Prozent; Mehrfachantworten möglich

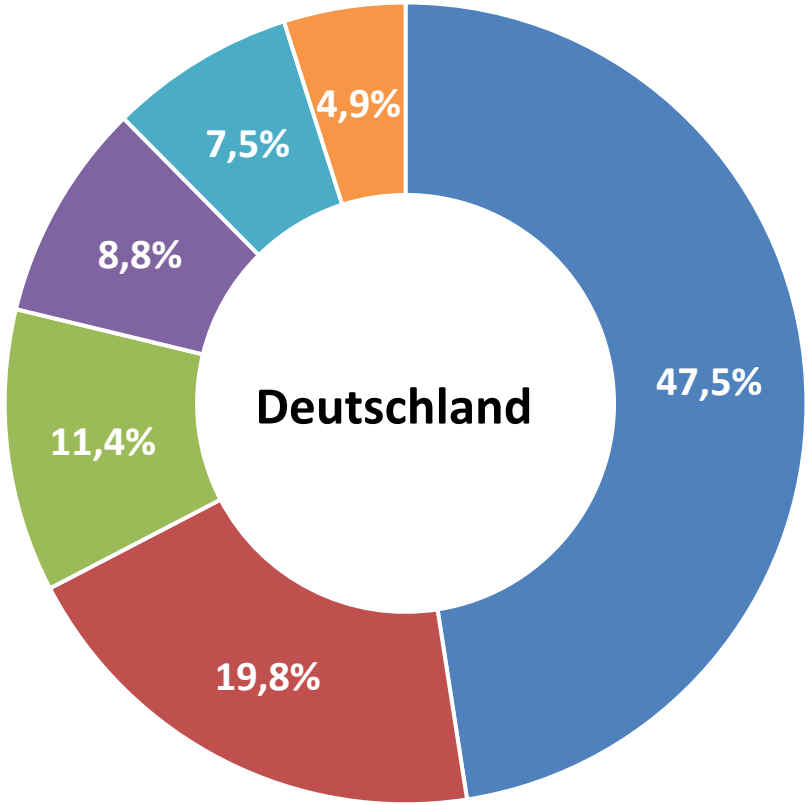


Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

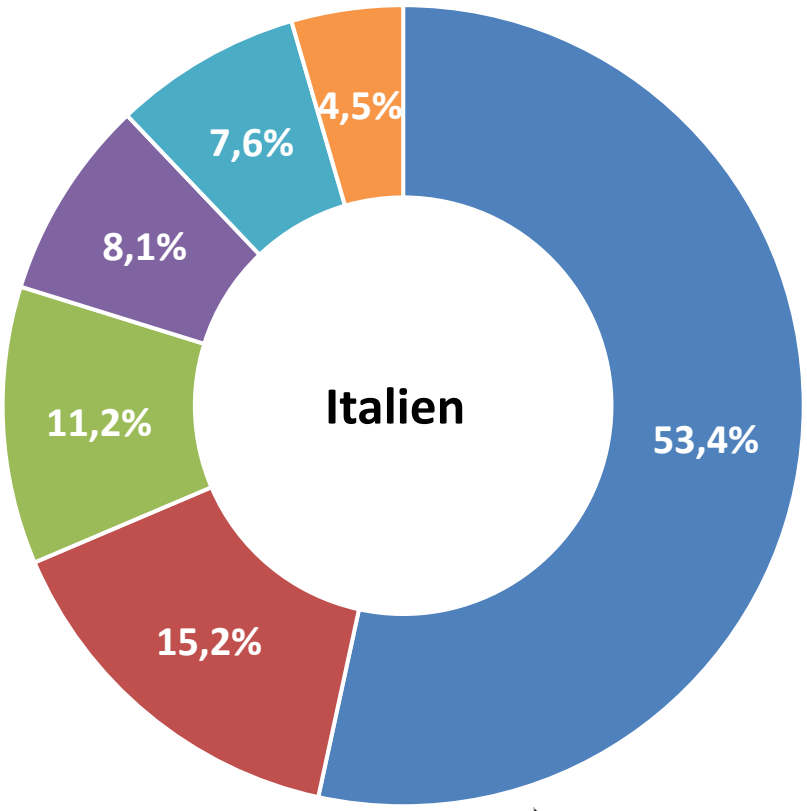
WIFO | Institut für Wirtschaftsforschung

WICHTIGSTE ATTRIBUTE FÜR HOTELWAHL

Wichtigkeit laut Conjoint-Analyse



- Preis/Nacht
- Zimmerkategorie
- Kundenbewertung
- Herkunft Speisen
- Stornierungs-möglichkeit
- Hotelkategorie

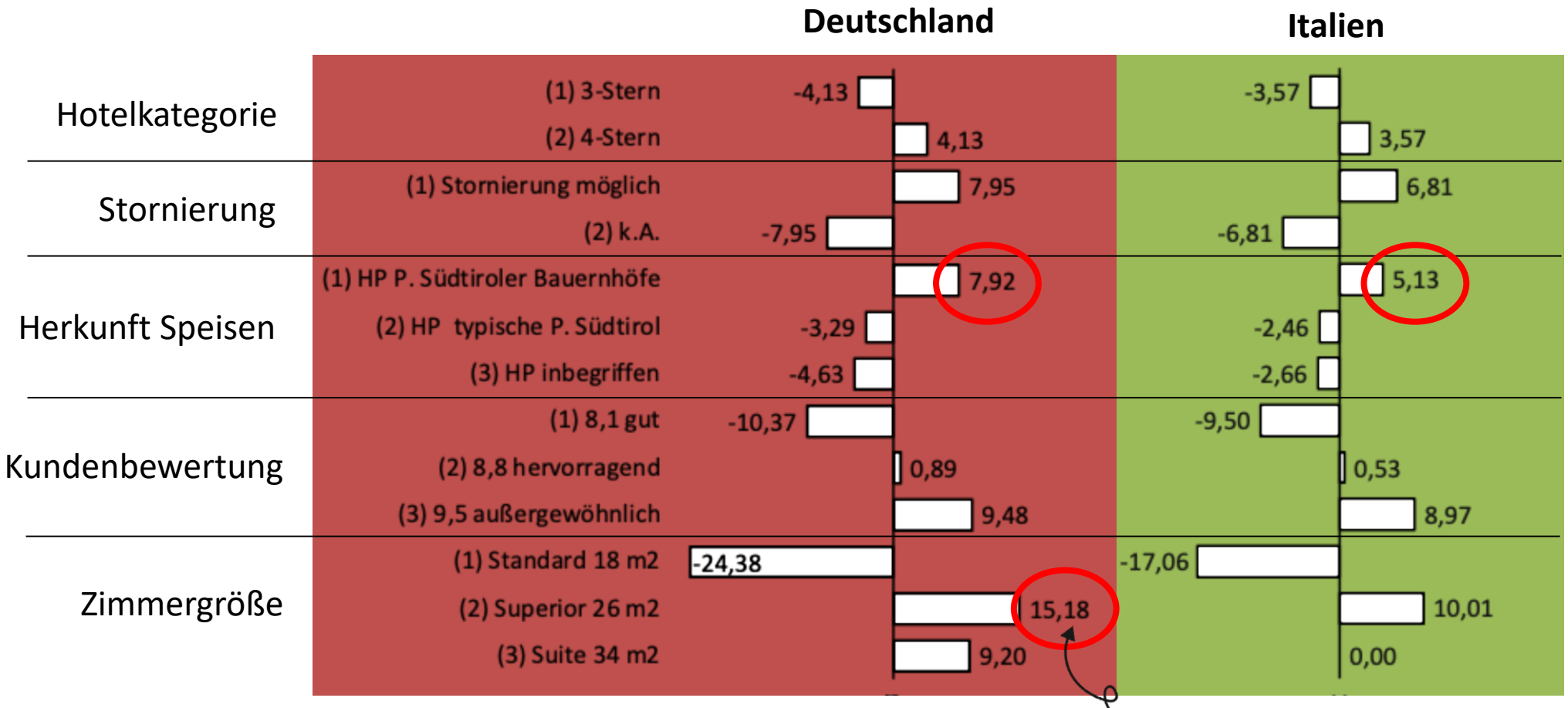


Gleiches Ergebnis für beide Länder: Preis ist das dominante Attribut, Zimmerkategorie/Kundenbewertung relativ wichtig für Auswahlentscheidung, andere Attribute untergeordnet

Quelle: WIFO (eigene Erhebung, 2025)

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR MERKMALE DES HOTELS

Zahlungsbereitschaft in Euro (2 Personen/Nacht)



für „Produkte von Südtiroler Bauernhöfen“ Bereitschaft von max. 7,92 € (DE) und 5,13 € (IT)

Zahlungsbereitschaft am höchsten für größeres Zimmer (max. bei Upgrade zu Superior)

Quelle: WIFO (eigene Erhebung, 2025)