

ANTRAG NR. 10

PROPOSTA DI MOZIONE N. 10

der Interregionalen Landtagskommission an den Dreier-Landtag

della Commissione interregionale alle tre assemblee legislative riunite in seduta congiunta

zum Antrag der Abgeordneten

in merito alla proposta di mozione presentata dalle consigliere e dai consiglieri

Brigitte Foppa (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Brigitte Foppa (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Madeleine Rohrer (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Madeleine Rohrer (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Zeno Oberkofler (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Zeno Oberkofler (Grüne Fraktion - Gruppo verde - Grupa vërda)

Lucia Coppola (ALLEANZA VERDI E SINISTRA)

Lucia Coppola (ALLEANZA VERDI E SINISTRA)

betreffend

Achtung auf die Alpen – Tourismusstrategie auf Ebene der Europaregion

riguardante

Attenti alle Alpi – serve una strategia turistica comune per l'Euregio

Begründung

Motivazioni

Die Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino ist eine der erfolgreichsten und meistbesuchten Tourismusregionen des Alpenraums. Tendenz seit Jahren steigend. Für einen Antrag am Dreierlandtag 2019 hatten wir die Tourismuszahlen von 2018 zusammengefasst:

L'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino è una delle regioni più amate e visitate di tutto l'arco alpino. I numeri vanno crescendo di anno in anno. Per una proposta di mozione per la riunione congiunta del 2019 avevamo riassunto i dati riferiti al 2018.

2018	EinwohnerInnen abitanti	Betten posti letto	Ankünfte arrivi	Nächtigungen pernottamenti
Tirol Tirolo	754.705	332.212	12.273.321	49.379.498
Südtirol Alto Adige	527.750	227.033	7.519.786	33.329.270
Trentino	540.901	171.974	4.415.851	18.156.000
Gesamt totale	1.823.356	652.287	24.208.958	100.864.768

Diese Zahlen haben sich in den letzten 7 Jahren noch stark entwickelt: Negli ultimi 7 anni i numeri sono ancora cresciuti.

2023	EinwohnerInnen abitanti	Betten posti letto	Ankünfte arrivi	Nächtigungen pernottamenti
Tirol Tirolo	771.304	337.140	12.101.709	48.495.791
Südtirol Alto Adige	536.933	243.418	8.445.974	36.134.880
Trentino	545.169	175.892	4.859.462	19.141.944
Gesamt totale	1.853.406	756.450	25.407.145	103.772.615

Dabei ist die Wirtschaftsleistung des Tourismussektors unbestritten:

So beläuft sich die direkte Wertschöpfung des Tourismus in Tirol für das Jahr 2018 auf 5 Mrd.€, das sind 14,3 % der gesamten Bruttowertschöpfung Tirols. Gemeinsam mit den indirekten Wertschöpfungseffekten steigt diese Zahl auf 5,8 Mrd. €, was einem Anteil von 16,9 % entspricht. Damit hat Tirols Tourismus die größte wirtschaftliche Bedeutung in ganz Österreich. Auch in Bezug auf die direkten und indirekten Beschäftigungseffekte hat der Tourismus in Tirol im Bundesländervergleich mit 13,8 % bzw. 16,3 % den größten Anteil an der Gesamtbeschäftigung. Der Tourismus in Tirol generiert ca. 8,3 Mrd. € Umsatz – davon 6,9 Mrd. € aus dem Nächtigungstourismus und 1,4 Mrd. € durch Tagestouristen.¹

In Südtirol spricht man landläufig von 11 % Anteil des Tourismus an der Bruttowertschöpfung, im Jahr 2022 ging man von knapp 50.000 Beschäftigten aus. 70% haben ihren Wohnsitz in Südtirol, 30% der Beschäftigten kommt aus dem Ausland (ASTAT-Chef Timon Gärtner in Rai Südtirol). Diese Zahlen sind differenziert zu sehen, gibt es doch große saisonale Unterschiede: Im Jahresdurchschnitt liegt die Beschäftigtenzahl bei 37.500 (ASTAT 2023). In der Wintersaison 2023-24 lag die Zahl der Mitarbeitenden bei 31.100.²

Für das Trentino geht man von einem Anteil von ca. 10 % aus, den der Tourismussektor am Bruttoinlandsprodukt hält (Quelle: Corriere dell'economia).

Nessuno vuole negare l'importante contributo che il turismo dà all'economia.

In Tirolo, nel 2018, il valore aggiunto diretto del turismo si attestava a 5 miliardi di euro, equivalenti al 14,3% del PIL complessivo. Sommando il valore aggiunto indiretto si arrivava a 5,8 miliardi di euro, equivalenti al 16,9%. Ciò significa che il turismo del Tirolo è capitale per l'economia di tutta l'Austria. Anche con riferimento agli effetti diretti e indiretti sull'occupazione, con il 13,8% ovvero con il 16,3% il turismo in questo territorio si attesta al vertice per quanto riguarda l'occupazione nel suo complesso. In Tirolo il turismo produce ricavi per 8,3 miliardi di euro circa, di cui 6,9 miliardi provenienti dai pernottamenti e 1,4 miliardi dal turismo giornaliero.¹

Per quanto riguarda il turismo in Alto Adige si parla di una percentuale pari all'11% del PIL e in questo settore nel 2022 c'erano poco meno di 50.000 occupati, di cui il 70% residenti in provincia e il 30% provenienti dall'estero (così ha dichiarato il direttore dell'ASTAT Timon Gärtner a Rai Südtirol). Per via delle grandi differenze stagionali, bisogna però fare dei distinguo: la media annuale delle persone occupate in questo settore è di 37.500 (ASTAT 2023). Nella stagione invernale 2023/2024 i collaboratori e le collaboratrici erano 31.100².

Per il Trentino si calcola che la parte del PIL riconducibile al turismo ammonti al 10% ca. (fonte: Corriere dell'economia). Nelle alte stagioni questo settore conta fino a 28.526 dipendenti.³

¹ <https://www.ttr.tirol/statistik/wirtschaftliche-bedeutung-des-tourismus>

² <https://salto.bz/de/article/17072024/die-mar-vom-wohlstandsschaffer-tourismus>

nomia). Der Sektor zählt in der Autonomen Provinz Trient zu Hochzeiten bis zu 28.526 Beschäftigte.³

Ein Einblick in diese Zahlen belegt die Gesamtbedeutung des Tourismus für unsere Europaregion. Es gibt allerdings auch große Unterschiede. Während einige Gegenden, in allen drei Ländern, mehr Tourismus vertragen würden, spüren andere Landesteile die Auswirkungen eines überbordenden Tourismus. Daneben gibt es noch Ortschaften, in denen das Tourismusaufkommen völlig außer Kontrolle geraten ist.

Stichwort: Instagrammability

Gerade in den letzten Jahren haben sich durch die sozialen Medien neue und vorher nicht gesehene Trends durchgesetzt. Bilder von bestimmten Orten finden über soziale Netzwerke wie Instagram weltweite und oft virale Verbreitung und führen zu Hotspotphänomenen, denen die fragile Alpenwelt nur teilweise gewachsen ist.

Eine Hängebrücke bei der Olperer Hütte in den Zillertaler Alpen etwa ist auf Instagram als Fotolocation bekannt geworden. Es wurden 900 Parkplätze vor Ort geschaffen, viele Besucher:innen wagen, oft schlecht ausgerüstet/vorbereitet den 90 minütigen Aufstieg und warten in einer Warteschlange darauf, ein Foto mit Illusionseffekt zu machen. Die nah gelegene Hütte mag profitieren, aber viele Anwohner:innen sind mit der Entwicklung nicht einverstanden. Im lange als unberührt geltenden Südtiroler Villnösstal hat das Ranui-Kirchl eine ähnliche Geschichte. Am Pragser Wildsee und am Karersee musste ein Hotspotmanagement eingerichtet werden, um die Besucherströme in den Griff zu bekommen.

Im Trentino ist das Phänomen noch etwas weniger ausgeprägt, wenngleich etwa Madonna di Campiglio oder der Gardasee zu bestimmten Zeiten regelrecht gestürmt werden.

Stichwort: Overtourism

Jedoch hat sich, jenseits dieser Extremsituationen, in unserer Europaregion eine Wahrnehmung gefestigt, nämlich dass die Entwicklung des Tourismus, falls ungehemmt, zu negativen Folgen führt. „Overtourism“ wird als Problem gesehen. Das Phänomen ist wissenschaftlich festgehalten und untersucht worden. In den Anfangsphasen meist auf Großstädte bezogen, dehnt es

Uno sguardo a questi numeri ci conferma l'importanza complessiva del turismo nella nostra regione europea. Si registrano però anche notevoli differenze. Mentre in tutti e tre i territori vi sono zone che sarebbero in grado di accogliere un numero maggiore di turisti, ve ne sono altre letteralmente invase dai turisti e ci sono località in cui il turismo è ormai fuori controllo.

“Instagrammabilità”

In particolare grazie ai social negli ultimi anni si sono imposte nuove tendenze mai viste prima. Immagini di determinati luoghi circolano in tutto il mondo, diventando spesso virali, proprio per mezzo di social network come Instagram, provocando l'arrivo di masse che il fragile mondo alpino non è sempre in grado di sopportare.

Il ponte tibetano presso il rifugio Olpererhütte nelle Alpi della Zillertal è conosciuto da quando è diventato un selfie point su Instagram. In loco sono stati creati 900 posti macchina. Numerosi turisti e turiste si avventurano, spesso mal equipaggiati o poco allenati, affrontando la salita di 90 minuti, per poi aspettare in fila e scattare una foto d'effetto. Il vicino rifugio farà pur affari, ma molti e molte confinanti non apprezzano la nuova situazione. In Val di Funes in Alto Adige, a lungo considerata un gioiello incontaminato, la chiesetta di Ranui sta subendo un destino simile. Per il Lago di Braies e quello di Carezza è stato necessario introdurre una regolamentazione degli accessi per gestire i flussi turistici.

In Trentino il fenomeno non è ancora così esasperato, anche se in certi periodi dell'anno Madonna di Campiglio o il Lago di Garda vengono letteralmente presi d'assalto.

Overtourism

Al di là di questi esempi estremi, nella nostra regione europea si è nel frattempo consolidata la percezione che lo sviluppo del turismo, se non è tenuto a freno, porta a conseguenze negative. “L'overtourism” è considerato un problema. Il fenomeno è stato documentato e studiato scientificamente. Se nelle fasi iniziali era per lo più legato alle grandi città, nel frattempo si estende sempre

³ <https://www.federalberghi.it/UploadFile/2024/09/osservatorio%20MdL%20-%20Prov.%20Trento%202022.pdf>

sich zunehmend auch auf ländliche Räume aus, Tirol, Südtirol und Trentino gehören zweifelsfrei dazu. „Auch wenn Overtourismus bisher vermehrt mit Städten in Verbindung gebracht wurde, kann die erhöhte Nachfrage nach Ökotourismus besonders in Schutzgebieten die Balance zwischen Naturschutz und touristischer Nutzung ins Ungleichgewicht bringen. Neben der ökologischen Tragfähigkeit, kann aber auch die Zufriedenheit und Loyalität sowie das Wohlbefinden der Besuchenden durch das Besucheraufkommen, sprich Crowding, beeinflusst werden.“⁴ Die Wahrnehmung von Overtourism geht einher mit dem Gefühl, dass man als Einheimische gegenüber den Tourist:innen benachteiligt werde, Menschen fühlen sich als Fremde im eigenen Land. Wenn die einheimische Bevölkerung ihre Alltagsaktivitäten zu sehr an den Touristen ausrichten und den Besucherströmen anpassen muss, kann Tourismus zum Problem werden. Es besteht die Gefahr, dass durch das gefühlte „Zuviel“ die Tourismusgesinnung der einheimischen Bevölkerung kippt. Dies bedeutet, dass die Menschen den Tourismus zunehmend kritisch hinterfragen und seine Vorteile dadurch in den Hintergrund rücken. Bei Overtourism geht es in erster Linie um die Wahrnehmung der Einheimischen und darum, wieviel eine Gesellschaft aushält. Das bezieht sich einerseits auf die physische Tragfähigkeit – Wie viele Besucher:innen und Wanderer:innen hält z. B. ein Naturpark aus? Aber insbesondere auch auf die psychologische und gesellschaftliche Tragfähigkeit. Wieviel Tourismus können die Einheimischen ertragen? Wann empfinden sie das Gästeaufkommen als zu viel? Die Antwort hängt von den Einheimischen ab, denn es gibt keine allgemeingültige Definition. Nicht jede Destination, die stark frequentiert ist und zu den touristischen „Hotspots“ zählt, hat zwangsläufig mit Overtourism zu kämpfen. Das Übermaß muss von der lokalen Bevölkerung nicht als solches empfunden werden. Overtourism hängt also stark mit der Akzeptanz durch die Einheimischen in den jeweiligen Situationen zusammen⁵.

più ad aree più decentrate, tra cui senza dubbio il Tirolo, l'Alto Adige e il Trentino. Una ricerca di Carolin Scharfenstein evidenzia che per quanto finora l'overtourism sia stato prevalentemente associato alle città, l'aumento della domanda di ecoturismo, in particolare in aree protette, può provocare uno squilibrio tra la protezione della natura e l'uso turistico. Oltre alla sostenibilità ecologica, anche la soddisfazione, la fedeltà e il benessere di chi frequenta questi luoghi possono essere influenzati dal numero di visitatori, ovvero dall'affollamento.⁴ La popolazione locale che vive una situazione di sovraffollamento turistico ha in genere anche la sensazione di essere discriminata rispetto ai turisti e alle turiste, e le persone finiscono per sentirsi straniere nella propria terra. Se la vita quotidiana della popolazione residente è condizionata dai flussi turistici e le persone devono adattarsi alle masse di visitatori, il turismo può diventare un problema. C'è il rischio che il sentimento di un diffuso “è troppo” induca la popolazione a cambiare il suo atteggiamento nei confronti del turismo. Ciò significa che le persone assumono sempre più spesso una posizione critica, relegando in secondo piano i vantaggi di questo settore. L'overtourism riguarda principalmente la percezione della gente del posto, e quanto può reggere una società. Stiamo parlando di capacità fisica di accoglienza – per cui ci si chiede quanti turisti/turiste ed escursionisti/escursioniste può, per esempio, sopportare un parco naturale – ma soprattutto di sostenibilità psicologica e sociale. Dove sta il limite dei flussi turistici per la popolazione locale? Oltre quale soglia considera che la massa di turisti è eccessiva? La risposta dipende dalla popolazione residente, in quanto non esiste una definizione generalmente valida. Non tutte le destinazioni molto frequentate e le mete turistiche molto gettonate devono necessariamente avere problemi legati all'overtourism. L'eccesso non deve essere percepito come tale dalla popolazione locale. Il fenomeno dell'overtourism è quindi fortemente correlato al livello di accettazione da parte della popolazione residente nelle diverse situazioni.⁵

⁴ Carolin Scharfenstein, <https://www.ttr.tirol/innovation-und-inspiration/crowding-besucherzufriedenheit>

⁵ Erschbamer G., Innerhofer E., Pechlaner H., „Overtourismus: Wieviel Tourismus ist zu viel?“, Eurac Research – Center for Advanced Studies, 2018 // versione italiana “Overtourism. Ovvero quando il turismo supera i limiti“, Eurac Research – Center for Advanced Studies, 2018

Für unsere Region schrillen die Alarmglocken seit einiger Zeit: So schlägt Raffaele Rio (Präsident von Demoskopika) Alarm zum Overtourism, der touristischen Überfüllung, von der auch unsere Region zunehmend betroffen ist. Die Analyse stammt aus einer experimentellen Untersuchung, die das Forschungsinstitut zum ersten Mal zu diesem Thema durchgeführt hat: Nach dem Gesamtindex der touristischen Überfüllung (der auf der Grundlage von fünf Indikatoren erstellt wurde) liegt die Provinz Bozen in Italien unmittelbar nach Rimini und Venedig an dritter Stelle, während Trient nach Livorno an fünfter Stelle liegt. In diesen Gebieten, die auf der von den Forschern erstellten Bewertungsskala als „sehr hoch“ eingestuft werden, „beginnt die touristische Überfüllung mehr als besorgniserregend zu sein, mit kritischen Auswirkungen auf die lokale Lebensqualität und die Nachhaltigkeit der touristischen Ziele.“ (Il T, 26.5.2024).

Stichwort: Soziale Spannung

Einer der Indikatoren ist die **Fremdenverkehrsdichte**, d. h. die Konzentration der Tourist:innen im Verhältnis zur territorialen Ausdehnung. Hier verzeichnen die Länder Trentino und Südtirol einen Wert von 783⁶ (Provinz Trient) und 1.141⁷ (Provinz Bozen) Tourist:innen pro Quadratkilometer, der als moderat gilt. Tirol verzeichnet einen Wert von 957 Ankünfte pro Quadratkilometer⁸.

Das gleiche Niveau wird bei der **Beherbergungsdichte** (Anzahl der verfügbaren Betten im Verhältnis zur Fläche) mit 28,3 Betten pro Quadratkilometer im Trentino, 32,9 in Südtirol und 26,6 in Tirol erreicht.

Das Problem in unserer Europaregion betrifft jedoch vor allem die **Tourismusintensität** mit ihren Auswirkungen auf das tägliche Leben der Einwohner:innen. Was die Tourismusintensität betrifft, so kommen im Trentino 8,9 Tourist:innen auf eine:n Einwohner:in (ein Wert, der als hoch definiert wird). In Südtirol und Tirol hingegen sind es 15,7⁹ womit Bozen die einzige Provinz Italiens

Per la nostra regione i campanelli d'allarme sono scattati già da tempo. Il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio, mette in guardia rispetto al sovraccollamento turistico che anche la nostra regione subisce sempre più. L'analisi è basata su una ricerca sperimentale che questo istituto ha condotto per la prima volta sul tema. Secondo l'indice complessivo di sovraccollamento turistico (elaborato a partire da cinque indicatori), la provincia di Bolzano è la terza più sovraccollata d'Italia, subito dopo Rimini e Venezia, mentre Trento si piazza al quinto posto dopo Livorno. In questi territori, il cui livello sulla scala elaborata dai ricercatori è definito "molto alto", "il sovraccollamento turistico comincia ad essere più che preoccupante, con impatti critici sulla qualità della vita locale e sulla sostenibilità delle destinazioni turistiche". (Il T, 26.5.2024).

Tensioni sociali

Uno degli indicatori è la **densità turistica**, vale a dire la concentrazione di turiste e turisti in rapporto all'estensione territoriale. Qui il Trentino e l'Alto Adige registrano 783⁶ (provincia di Trento) e 1.141⁷ (provincia di Bolzano) turisti per chilometro quadrato, che è un valore considerato moderato. In Tirol si registrano 957 arrivi per chilometro quadrato⁸.

Lo stesso livello si raggiunge in termini di **densità ricettiva** (numero di posti letto disponibili rispetto alla superficie) con 28,3 posti letto per chilometro quadrato in Trentino, 32,9 in Alto Adige e 26,6 in Tirol.

Tuttavia, nella nostra regione europea il problema riguarda principalmente l'**intensità turistica** con il suo impatto sulla vita quotidiana degli abitanti. Per quanto riguarda l'intensità turistica, in Trentino ci sono 8,9 turisti per abitante (un valore definito alto), mentre in Alto Adige e in Tirol sono 15,7⁹, facendo di Bolzano l'unica provincia in Italia che registra un valore "molto alto" per

⁶ Eigene Berechnung, Zahlen aus ISPAT, Annuario on line, 2024 // Nostro calcolo, dati presi da ISPAT, Annuario on line, 2024, [https://statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(03idhx42aksxtwb4bw3glrpo\)\)/default.aspx](https://statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(03idhx42aksxtwb4bw3glrpo))/default.aspx)

⁷ Eigene Berechnung, Zahlen aus ASTAT, Statistisches Jahrbuch für Südtirol 2024, // Nostro calcolo, dati presi dall'Annuario statistico 2024 dell'Astat, [https://astat.provinz.bz.it/downloads/JB2024\(5\).pdf](https://astat.provinz.bz.it/downloads/JB2024(5).pdf)

⁸ Eigene Berechnung, Zahlen aus Land Tirol, Tourismus in Tirol, 2023 // Nostro calcolo, dati dalla pagina istituzionale del Land Tirol, Turismo in Tirol, 2023, <https://www.tirol.gv.at/statistik-budget/statistik/tourismus>

⁹ <https://www.tt.com/artikel/30890086/vor-spanien-und-italien-oesterreich-hat-die-meisten-touristen-pro-kopf>

ist, die bei diesem spezifischen Indikator einen „sehr hohen“ Wert verzeichnet und Tirol den österreichischen Durchschnitt von 3,4 fast verfünffacht.

„Hohe Werte“, warnen die Expert:innen, können auf eine starke Auswirkung des Tourismus auf die lokale Gemeinschaft hinweisen, mit möglichen sozialen und infrastrukturellen Spannungen.¹⁰

In den letzten Jahren hat gerade in Südtirol mit seiner hohen Tourismusintensität diese Spannung zugenommen. Die Proteste der letzten Monate und die immer lauter werdenden Forderungen nach einer Umverteilung des aus dem Tourismus generierten Einkommens müssen ernst genommen werden.

Stichwort: Marketing

Angesichts all dieser Thematiken und Dynamiken mutet es eigenartig an, dass das Destinationmarketing der drei Länder weiter auf Hochtouren arbeitet. Auf der Seite der Tirol-Werbung finden sich die 15 Orte mit der besten „instagrammability“ – Magnetwirkung garantiert!¹¹

In Südtirol schöpft die Standortmarketingagentur IDM das Social-Media-Potential aus, beauftragt und bezahlt Influencer:innen, die Südtirol in ihren Posts und Stories darstellen. „Dafür greift die IDM bisweilen tief in die Tasche. 250.000 Euro hat die IDM im Jahr 2022 für 70 Influencer:innen bezahlt,“ liest man auf Rai Südtirol. Eine Kleinigkeit im Jahresbudget von 37 Millionen, die die IDM etwa im Jahr 2020 nur für die Marke Südtirol ausgegeben hat. Zum Vergleich: 30 Millionen flossen 2023 ins Trentino Marketing, die Tirol Werbung hat 2019 ein Budget von rund 25,7 Millionen Euro bewirtschaftet.

All diese Phänomene überschneiden sich in der Europaregion vielfach, die meisten Probleme haben alle drei Länder gemeinsam – von den touristisch unterentwickelten und ausbaufähigen Gebieten, über den Overtourism und die Hotspots bis hin zu den sozialen Spannungen und den beginnenden Protesten. Dazu kommen die an anderer Stelle oft auch schon im Dreierlandtag behandelten Themen wie Verkehrsbelastung, Ressourcenverbrauch, Müll, Ansturm auf die Bergwelt etc.

questo specifico indicatore. Il Tirolo arriva invece quasi a quintuplicare la media austriaca di 3,4.

Gli esperti e le esperte mettono in guardia che “valori alti”, possono indicare un forte impatto del turismo sulla comunità locale, con possibili conseguenti tensioni sociali e infrastrutturali.¹⁰

Negli ultimi anni, proprio in Alto Adige, l'alta intensità turistica ha portato a un aumento delle tensioni. Le proteste degli ultimi mesi e le richieste sempre più forti di una redistribuzione del reddito generato dal turismo vanno prese sul serio.

Marketing

Alla luce di tutte queste questioni e dinamiche appare strano che il destination marketing dei tre territori continui ad essere un'attività prevalente. Sul sito di Tirol Werbung, l'agenzia turistica del Tirolo, si trovano i 15 luoghi più “instagrammabili”, i veri e propri “must go”.¹¹

In Alto Adige l'agenzia di marketing locale IDM sfrutta il potenziale dei social media, incarica e paga gli e le influencer che mostrano l'Alto Adige nei loro post e storie. Sul sito di Rai Südtirol si legge che per questo in alcuni casi si spende anche parecchio, perché nel 2022 l'IDM ha sborsato 250.000 euro per 70 influencer. Considerando che nel 2020 l'IDM ha speso 37 milioni di euro per il marchio Südtirol, queste sono briciole. Per dare un termine di paragone: nel 2023 Trentino Marketing ha ricevuto 30 milioni e nel 2019 Tirol Werbung ha gestito un budget di circa 25,7 milioni di euro.

Tutti questi fenomeni si ritrovano un po' dappertutto nell'Euregio e i tre territori devono affrontare gli stessi problemi: dalle aree meno conosciute e in cui ci sono ancora possibilità di sviluppo, passando per l'overtourism e gli hotspot, fino alle tensioni sociali e alle prime proteste. A ciò si aggiungono i temi già spesso trattati nell'ambito delle sedute congiunte come il traffico, il consumo di risorse, i rifiuti, l'assalto alla montagna, ecc.

¹⁰ (II T, 26.5.2024)

¹¹ The most beautiful photo spots in Tyrol, <https://www.tyrol.com/activities/attractions/instagrammable-places>

Es scheint daher sinnvoll, diese Thematiken in organischer und koordinierter Weise aufzugreifen und länderübergreifend an Strategien zu arbeiten, die den Tourismus in der Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino in eine nachhaltige, ausgewogene und ressourcenfreundliche Richtung steuert.

Insgesamt muss es das Ziel sein, zu einer ausgewogeneren Verteilung des Tourismus in der Europaregion zu gelangen, die Grenzen des Wachstums auszuloten und Wege dorthin ausfindig zu machen, die Besucherströme großräumig zu organisieren, eventuelle Einschränkungen wie Kontingentierungen etc. aufeinander abzustimmen, Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln und insgesamt eine Tourismusstrategie auf Ebene der Europaregion zu entwickeln, die den Einklang mit den Klimazielen herstellen.

Die Interregionale Landtagskommission Dreier-Landtag stellt daher an den Dreier-Landtag folgenden

È quindi opportuno affrontare questi argomenti in modo organico e coordinato, lavorando in modo transfrontaliero per trovare strategie che indirizzino il turismo nell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino verso una direzione sostenibile, equilibrata e rispettosa delle risorse.

Nel complesso bisogna arrivare a una distribuzione più equilibrata del turismo all'interno dell'Euregio, a esplorare i limiti della crescita e trovare percorsi per non superarli, a organizzare i flussi turistici su ampia scala, a coordinare eventuali restrizioni come i contingentamenti, ecc., a sviluppare strategie per la sostenibilità e, nel complesso, a lavorare per una strategia turistica a livello dell'Euregio in linea con gli obiettivi climatici.

Ciò premesso, la Commissione interregionale sottopone alle tre assemblee legislative riunite in seduta congiunta la seguente

Antrag:

„Der Dreier-Landtag wolle beschließen:

1. Der Dreierlandtag spricht sich für eine Entwicklung des Tourismus in der Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino aus, die im Einklang mit den Klimazielen der EU und der drei Länder steht.
2. Der Dreierlandtag beauftragt die Regierungen der Länder, eine Tourismusstrategie auf Ebene der Europaregion zu entwickeln, die eine bessere Verteilung des Tourismus in der Europaregion und eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus zum Ziel hat. Dabei soll die Balance zwischen Tourismusförderung und der Bewahrung der Lebensqualität für die in den Ländern wohnenden Menschen eine zentrale Rolle spielen.
3. Den Hotspottourismus durch geeignete Strategien nicht weiter zu befeuern und im Gegenteil dazu eine saisonale und geografische Um-

proposta:

“Si chiede alle tre assemblee legislative, riunite in seduta congiunta, di deliberare quanto segue:

1. esprimersi a favore di uno sviluppo del turismo nell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino che sia in linea con gli obiettivi climatici dell'UE e dei tre territori;
2. incaricare i rispettivi esecutivi di sviluppare una strategia turistica a livello di Euregio, con l'obiettivo di una migliore distribuzione del turismo e di un suo orientamento sostenibile, mettendo al centro l'equilibrio tra la promozione turistica e il mantenimento della qualità di vita della popolazione dei tre territori;
3. trovare strategie adeguate per non alimentare ulteriormente il turismo incentrato sugli hotspot e, al contrario, mirare a una ridistribui-

verteilung anzustreben, die auch verschiedene Arten von Tourismus wie Kulturtourismus, Naturtourismus, Gesundheitstourismus oder kulinarischen Tourismus fördern.

4. Die Verkehrsanbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Zubringerdiensten etc. auch für alternative Destinationen in der Europaregion zu sichern und auszubauen.
5. Eine gemeinsame Kommunikationsstrategie für die Europaregion und gemeinsame digitale Anwendungen zu entwickeln, um das Tourismusaufkommen insgesamt zu steuern und nachhaltig und klimafreundlich zu gestalten.“

Bozen, den 7. April 2025

ziona stagionale e geografica che promuova anche altri tipi di turismo come il turismo culturale, il turismo naturalistico, il turismo medico o il turismo gastronomico;

4. garantire e potenziare i collegamenti con i mezzi pubblici, i servizi di navetta, ecc. anche per destinazioni alternative all'interno dell'Euregio;
5. sviluppare una strategia di comunicazione comune per l'Euregio e applicazioni digitali comuni per gestire le presenze turistiche nel loro complesso e rendere il turismo sostenibile e rispettoso del clima “.

Bolzano, 7 aprile 2025