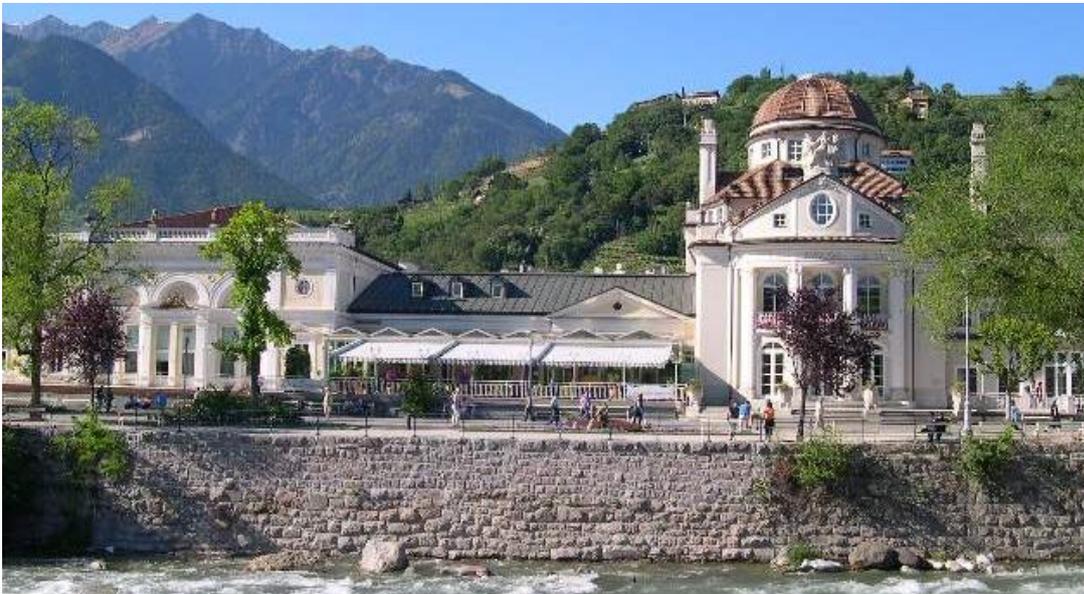


GESAMTKONZEPT FÜR DIE AUSWEISUNG VON ZONEN FÜR TOURISTISCHE EINRICHTUNGEN IN DER STADTGEMEINDE MERAN



Ausführung & Bericht:

Kohl & Partner Südtirol
Ulrich-von-Taufers-Str. 14
I-39030 Gais
Tel. & Fax 0039 04 74 50 41 00
E-Mail: suedtirol@kohl.at
www.kohl.at

Auftraggeber:

Stadtgemeinde Meran
Lauben 192
I-39012 Meran

Projektleitung:

Alois Kronbichler

Datum:

Mai 2013



KOHL & PARTNER

CONSULTING FÜR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

INHALTSVERZEICHNIS

1. VORBEMERKUNGEN	4
1.1. Zielsetzungen.....	4
1.2. Vorarbeiten	4
1.3. Vorgehensweise und Projektablauf	5
1.4. Das Arbeitsteam	6
2. ANALYSE DER IST-SITUATION	7
2.1. Zur Entwicklung von Meran – ein kurzer geografischer und geschichtlicher Überblick	7
2.2. Meran auf einem Blick.....	9
2.3. Wichtige Entwicklungsschritte in der Gemeinde.....	11
3. MERAN IN ZAHLEN	12
3.1. Demografische und wirtschaftliche Eckdaten	12
3.1.1. Bevölkerungsentwicklung Stadtgemeinde Meran	12
3.1.2. Arbeitsstätten und Beschäftigte	13
3.1.3. Kaufkraftströme Einzelhandel Meran.....	15
3.1.4. Kommunale Infrastrukturen:	15
3.1.5. Flächennutzung lt. Realnutzungskarte – Stand 2000	17
3.1.6. Flächenreserven.....	18
3.2. Zur Verkehrssituation	19
3.3. Touristische Angebots- und Nachfrageentwicklung.....	22
3.4. Freizeitinfrastrukturen	31
3.4.1. Radwege	31
3.4.2. Veranstaltungsräumlichkeiten.....	32
3.4.3. Freizeiteinrichtungen	32
3.4.4. Aufstiegsanlagen.....	33
3.4.5. Spielplätze.....	34
3.4.6. Wichtige Investitionsvorhaben der Gemeinde im Bereich Freizeiteinrichtungen	34
3.5. Wichtige Investitionsvorhaben.....	35
3.6. Die Kurverwaltung von Meran	36
4. DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES AUFENTHALTSTOURISMUS IN MERAN	37
5. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN/SCHWÄCHEN UND CHANCEN/RISIKEN)	38
5.1. Touristisches Umfeld: Raumordnung – Siedlungsentwicklung – Verkehr – Ökologie – Gemeindeinfrastrukturen.....	38
5.2. Beherbergungsbetriebe.....	39
5.3. Sport- und Freizeiteinrichtungen	40
5.4. Touristische Organisation: Kurverwaltung – Image – Bekanntheit – Marke – Marketing (nach innen und nach außen).....	41
5.5. Gastronomie und Shopping	42

6. PROFILIERUNG VON MERAN	43
7. ZIELSETZUNGEN UND ERSTE MASSNAHMEN	45
7.1. Touristisches Umfeld.....	45
7.2. Beherbergungsbetriebe.....	47
7.3. Sport- und Freizeiteinrichtungen	48
7.4. Touristische Organisation	49
7.5. Gastronomie und Shopping	51
8. ÜBERLEGUNGEN ZUR QUANTITATIVEN BETTENENTWICKLUNG IM ALLGEMEINEN UND ZUR AUSWEISUNG VON ZONEN FÜR TOURISTISCHE EINRICHTUNGEN IM SPEZIELLEN	52
8.1. Wünschbare Bettenentwicklung in Meran (<i>Einschätzung der Arbeitsgruppe</i>)	52
8.2. Auswertung der Fragebögen.....	53
8.3. Warum braucht Meran neue Zonen für touristische Einrichtungen? – Zielsetzungen der Gemeinde.....	54
8.4. Fachliche Einschätzung des Beraterteams	55
8.5. Kriterien für die Ausweisung von Zonen für touristische Einrichtungen in Meran	58
9. ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN	61

1. VORBEMERKUNGEN

1.1. Zielsetzungen

Für die Stadtgemeinde Meran soll ein **Gesamtkonzept für die Ausweisung von Zonen für touristische Einrichtungen** erarbeitet werden, das in Hinblick auf das Raumordnungsgesetz die Basis für die Ausweisung von neuen Tourismuszonen bilden soll. Weiters soll das Konzept Leitlinienfunktion haben, bei der Erarbeitung von Projekten zur touristischen Angebotsentwicklung und bei der Festlegung von Strategien und Maßnahmen zur Umsetzung der Projekte. Das Entwicklungskonzept soll mehr Professionalität und eine zielorientierte Vorgehensweise in die touristische Arbeit der Gemeinde bringen.

Folgende Ziele sollen verfolgt werden:

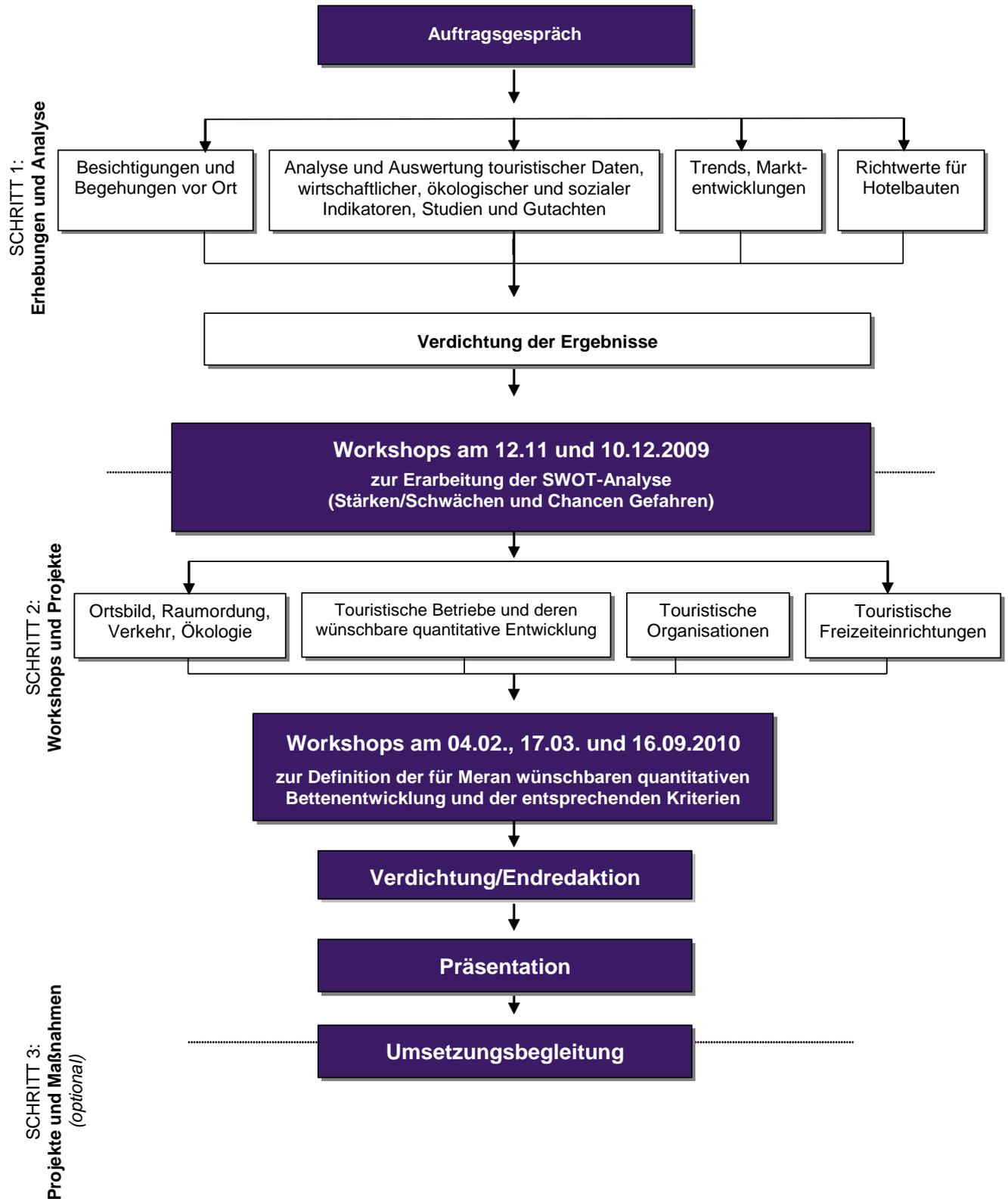
- Detaillierte Erhebung und Bewertung der Ist-Situation mit Stärken/Schwächen- und Chancen/Risiko-Analyse
- Erkennen und Aufzeigen von Entwicklungschancen
- Erarbeiten von **Zielsetzungen** für die touristische Entwicklung
- Das für **Meran wünschbare quantitative Entwicklungspotenzial im Bereich Beherbergung in Hinblick auf das aktuelle Raumordnungsgesetz festlegen:**
Wie viel neue Betten sollen in den nächsten Jahren durch die Ausweisung von Tourismuszonen errichtet werden können?
- Definition von Kriterien für die Ausweisung von neuen Tourismuszonen (= Zonen in welchen bereits gastgewerbliche Betriebe lt. Gastgewerbeordnung bestehen und neue Zonen für touristische Einrichtungen)
- Grober Projekt- und Maßnahmenplan
- Es soll keine Studie oder Gutachten erarbeitet werden, sondern ein Arbeitspapier mit Strategien von und mit den Betroffenen

1.2. Vorarbeiten

Für vorliegendes Konzept wurde u.a. auf nachfolgende Vorarbeiten bzw. Studien zurückgegriffen:

- Modellentwicklung für eine Reorganisation der Kurverwaltung Meran – 2005 (Kohl & Partner)
- Kurverwaltung Meran: Profil und Ziele 2009 (MGM)
- Einkaufen in Südtirol 2008 (Assessorat für Wirtschaft und Finanzen)

1.3. Vorgehensweise und Projektablauf



1.4. Das Arbeitsteam

- **Das Projektteam von Kohl & Partner:**

- Alois Kronbichler – Projektleitung
- Gernot Memmer

- **Danke für die Mitarbeit!**

Die Bewertung der Ist-Situation und die Konzeptentwicklung wurden gemeinsam mit einer Arbeitsgruppe durchgeführt. Ein herzliches Dankeschön den Mitgliedern dieser Arbeitsgruppe für die konstruktive Mitarbeit!

- Günther Januth – *Bürgermeister*
- Angelika Margesin – *Gemeinde*
- Heidi Siebenförcher – *Gemeinde*
- Anita Schenk – *Gemeinde*
- Diego Cavagna – *Gemeinde*
- Roberto Ragazzi – *Gemeinde*
- Christian Gruber – *Gemeinde*
- Rainer Schölzhorn – *Kurverwaltung*
- Daniela Zadra – *Kurverwaltung*
- Sandy Kirchlechner – *Kurverwaltung*
- Alex Meister – *HGV*
- Ingrid Hofer – *HGV*
- Sissi Amort – *HGV*
- Evelin Schieder – *HGV*
- Adelheid Stifter – *Therme Meran*
- Heike Platter – *Trauttmansdorff*
- Klaus Platter – *Trauttmansdorff*
- Paolo Micheli – *Meran Mais AG*
- Peter Wenter – *HDS*
- Franz Pixner – *Meran 2000*
- Walter Weger – *Meran 2000*
- Karin Tscholl – *Meran 2000*

Der vorliegende Bericht wurde bewusst kurz gehalten und enthält „nur“ die wesentlichen Ergebnisse des Arbeitsprozesses. Interessierte Leser verweisen wir auf die Protokolle der Arbeitsgruppentreffen, die wir der Gemeinde Meran übermittelt haben.

2. ANALYSE DER IST-SITUATION

2.1. Zur Entwicklung von Meran – ein kurzer geografischer und geschichtlicher Überblick

Meran (italienisch Merano, lateinisch Meranum, mittelalterlich „an der Meran“) ist nach der Landeshauptstadt Bozen die zweitgrößte Stadt Südtirols. Über Jahrhunderte war Meran die Hauptstadt Tirols.¹⁾

Geografie und Klima: Meran liegt inmitten eines von Bergen (Texelgruppe) umgebenen Talkessels an der Taleinfahrt des Passeiertals, des Vinschgaus und des Etschtals. Das Klima Merans ist mediterran geprägt; übers Jahr werden durchschnittlich ca. 300 Sonnentage gezählt. Von der Texelgruppe im Norden und Nordwesten wird der Talkessel von Niederschlägen und kalten Winden gut geschützt. Das nach Süden geöffnete Tal sorgt für die Zufuhr ausgeglichener warmer Luft (auch im Spätherbst und im Frühjahr), wodurch das Wachstum mediterraner Pflanzen wie z.B. Palmen, Zypressen, Steineichen, Lorbeer, Myrthen und Libanonzedern begünstigt wird. Die Jahresdurchschnittstemperatur beträgt 11,5 Grad; die Januardurchschnittstemperatur 1,1 Grad die Julidurchschnittstemperatur 21,7 Grad. Jahresniederschlag im Mittel: rund 700 mm, mit relativ trockenen Wintern und relativ feuchten Sommern.

Geschichte: Im Meraner Stadtteil Zenoberg befand sich bereits in der Spätantike eine befestigte römische Siedlung namens Castrum Maiense, die im Namen der ehemaligen Gemeinde und des heutigen Stadtteil Mais fortlebt. Meran selbst wurde zum ersten Mal im Jahre 857 als Mairania erwähnt. Bis 1420 Hauptstadt der Grafschaft Tirol (formell bis 1848), wurde sie als Gründung der Grafen von Tirol im 13. Jahrhundert zur Stadt erhoben. Ende des 14. Jahrhunderts wurde Meran durch Leopold III. mit zahlreichen landesfürstlichen Privilegien zur Förderung des Handels ausgestattet.

In der landesfürstlichen Burg verstarb 1445 der berühmte Minnesänger Oswald von Wolkenstein, der dort auf Besuch weilte.

Mit dem Umzug des Landesherrn nach Innsbruck verlor Meran rasch seine Vorrangstellung und seine Bedeutung als Wirtschaftszentrum. Erst die Tiroler Freiheitskämpfe von 1809 rückten Meran wieder in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit: Am Küchelberg oberhalb Merans erkämpften die Tiroler einen Sieg über die Franzosen und Bayern. Nach dem Ersten Weltkrieg kam Südtirol zu Italien. Jedoch entging die Stadt, im Gegensatz zur Landeshauptstadt Bozen, weitgehend der Assimilierungs- und Majorisierungspolitik des faschistischen Regimes in Rom. Auch die geschickten Verhandlungen der Stadtverwaltung unter Bürgermeister Dr. Max Markart (1922 – 1935) trugen hierzu bei. Im Zweiten Weltkrieg diente Meran als Lazarettstadt. Ein besonders tragisches Schicksal ereilte die jüdische Gemeinschaft, die nach der nationalsozialistischen Okkupation des Landes – nach dem 8. September 1943 – willkürlichen Schikanen und Deportationen in die Vernichtungslager ausgeliefert war.

Meran als Kurort:²⁾ Die Geschichte der Kurstadt Meran ist unmittelbar mit der Geschichte der Thermen verbunden. Schon Kaiser Karl V. erfreute sich im fernen Jahr 1522 am milden Klima des Burggrafenamtes und legte auf seinem Weg nach Süden in Meran einen längeren Halt ein. Ihm folgten Adelige und reiche Bürger aus ganz Europa. Doch die eigentliche Geburtsstunde des Kurortes geht auf das Jahr 1836 zurück.

¹⁾ Quelle: www.wikipedia.org/wiki/meran

²⁾ Quelle: Therme Meran – Pressmappe

Damals erschien eine wissenschaftliche Publikation des Stadtphysikus Dr. Josef Waibl über das besonders günstige Klima des Meraner Beckens. Auch die Fürstin Schwarzenberg hielt sich in diesem Jahr in Meran auf. In ihrem Hofstätt befand sich der Leibarzt Nepomuk Huber, der die heilende Wirkung des Meraner Klimas und der Meraner Trauben ebenso beobachtete und schließlich ein Büchlein verfasste mit dem Titel: „Über die Stadt Meran in Tirol, ihre Umgebung und ihre Klima, nebst Bemerkungen über Milch-, Molken- und Traubenkuren und nahe Mineralquellen“. Darin beschreibt Huber Meran als einen Gesundbrunnen, in dem Luft, Wasser und Milch von derartiger Qualität seien, dass das natürliche Lebensende lange hinausgeschoben werden könne. Das Büchlein wurde in Wien in höchsten Adelskreisen gelesen und kurbelte den Tourismus in Meran kräftig an.

Fast gleichzeitig pries der Meraner Arzt Eduard Kuhn Meran als idealen Genesungsort für Lungenkranke. Bereits um 1840 öffnete in Obermais eine Kaltwasser-Heilanstalt.

1850 wurde in Meran das erste „Kurkomitee“ ins Leben gerufen, das die Voraussetzungen schuf, um Meran bis zum ersten Weltkrieg zu einem der beliebtesten Kurorte südlich der Alpen werden zu lassen. Aus allen Ländern der Monarchie und des Deutschen Reiches strömten die Kurgäste herbei, auch für Russen und Engländer wurde Meran zu einem beliebten Kuraufenthaltort. 1870 kam die Kaiserin Elisabeth, die berühmte Sisi, nach Meran und wohnte mit ihren beiden Töchtern Gisela und Valerie auf Schloss Trauttmansdorff. Die kränkliche Valerie erholte sich in Meran zusehends und die Kunde davon wurde über die Journale der damaligen Zeit weit verbreitet. Als Sisi im darauffolgenden Herbst erneut nach Meran reiste, verdoppelten sich die Besucherzahlen und spätestens von da an gab sich Europas Adel in Meran ein Stelldichein. Gerade rechtzeitig für diese Hochblüte wurde 1874 das neue Kurhaus eingeweiht. Über 100 Zeitungen lagen im Lesesaal auf, ein Hinweis auf das internationale Publikum.

Für die Kurgäste entstanden Villen und Hotels, die zum Teil noch heute das Stadtbild von Meran prägen. Die Häuser boten Kalt- und Warmwasserbäder in verschiedenen Varianten und mit allerlei Zusätzen an, ein Kurmittelhaus in elegantem Jugendstil entstand, eine Trinkhalle verabreichte diverse Mineralwasser. Für die Lungenkranke wurden auf Geheiß von Dr. Tappeiner in der Wandelhalle an der Passer Liegestühle aufgestellt, wo sie die frische Luft genießen konnten.

Um die Jahrhundertwende erlebte Meran eine wahre Blütezeit. Vor dem ersten Weltkrieg wurden durchwegs mehr als eine Million Nächtigungen pro Jahr verzeichnet. Die meist adeligen Besucher blieben im Schnitt fünf Wochen in der Stadt. Die Kurgäste zog das Kurmittelhaus magisch an. Luxuswannenbäder, eine Schwimmhalle, Volksbäder, Brausebäder, ein Dampfbad gab es darin und außerdem völlig neue Behandlungsmethoden wie etwa radioaktive Bäder, Vibrationsmassagen, Moorpackungen und anderes mehr.

Der Ausbruch des Ersten Weltkrieges brachte ein jähes Ende des frühen Tourismus in Meran. Promenaden und Hotels waren plötzlich leer gefegt. Erst langsam rappelte sich die Stadt wieder auf. Als 1933 ein Geologe am Vigiljoch radioaktives Wasser entdeckte, vollzog die Kurstadt einen Wandel. Aus dem bis dahin vorwiegend klimatischen Ort wurde jetzt ein Thermalkurort. 1940 wurde das mineralarme Wasser des Vigiljochs erstmals zum Kurmittelhaus geleitet. Das darin enthaltene Edelgas Radon stellte sich als äußerst bekömmlich und wohltuend heraus, sodass immer mehr Kurgäste nach Meran kamen. Als besonders heilsam erwies sich das Wasser bei Patienten mit Kreislaufproblemen bzw. mit Erkrankungen der Harnwege sowie mit Atmungs- und Verdauungsstörungen. 1958 wurde unter dem Namen „Società Azionaria Lavorazione Valorizzazione Acque radioattive“ (S.A.L.V.A.R.) eine Aktiengesellschaft zur Nutzung radioaktiver Gewässer gegründet. Die S.A.L.V.A.R. eröffnete 1972 in Meran das Kurbad, das aus den radioaktiven Quellen des Vigiljochs gespeist wurde. Zu den therapeutischen Einrichtungen gehörten Schlamm-bäder, Unterwassermassagen, Inhalations- und Trinkkuren sowie das Baden im großen Hallebad. 1982 ändert die Gesellschaft ihren Namen von S.A.L.V.A.R. auf Meraner Kurbad AG – Terme di Merano S.p.A. Bis dahin war der italienische Staat mit 60 Prozent der Hauptaktionär der Gesellschaft. Eine Änderung ergab sich Ende 1997, als diese 60 Prozent an das Land Südtirol übergangen, das bereits 39 Prozent besaß, somit Hauptaktionär wurde und die neue Ära einleitete. Das Land Südtirol beschloss eine grundlegende Erneuerung der Bädereinrichtung, um damit dem Tourismus in Meran anzukurbeln. Im Herbst 2001 wurde mit dem Bau begonnen. 2005 wurde in Meran die neue hochmoderne Bäderwelt eröffnet.

2.2. Meran auf einem Blick

Allgemeines	<ul style="list-style-type: none"> • Seehöhe: 324 ü.d.M. • Mildes Mittelmeerklima, ca. 300 Sonnentage pro Jahr • Gemeindefläche: 26,31 km² • Einwohner: ca. 37.000 (nach Bozen die bevölkerungsreichste Gemeinde Südtirols) • Stadtteile: Sinich, Untermais, Obermais, Gratsch und Labers
Verkehrsanbindungen und Entfernungen	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Auto: <ul style="list-style-type: none"> ▪ A22 Ausfahrt Bozen Süd, Schnellstraße MEBO • Mit dem Zug: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Über Bozen nach Meran • Mit dem Flugzeug: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flughafen Bozen: 30 km ▪ Flughafen Verona: 180 km ▪ Flughafen Innsbruck: 180 km • Entfernungen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ München: ca. 300 km ▪ Mailand: ca. 300 km ▪ Zürich: ca. 250 km
Zur Tradition als Kurstadt	<ul style="list-style-type: none"> • Ideale geografische und klimatische Bedingungen – seit Dr. Josef Huber im Jahr 1837 eine Broschüre über die heilklimatische Wirkung der Luft in Meran herausbrachte, entwickelte sich der Kurtourismus in der Stadt • Radonhaltiges Wasser: dient zur Behandlung von rheumatischen Leiden, Gicht, Erkrankungen der Atemwege und Linderung von Alterserscheinungen • Meraner Traubenkur: die seit 150 Jahren bekannte Kur wirkt blutreinigend und entgiftend
Wesentliche historische Bauwerke	<ul style="list-style-type: none"> • Landesfürstliche Burg • Altstadt mit Laubengasse • Stadtpfarrkirche St. Vigil • Pfarrkirche St. Nikolaus mit Barbarakappelle • Spitalkirche – Heilig-Geist-Kirche • Kurhaus • Pulverturm (Ortenstein)

Wesentliche historische Bauwerke	<ul style="list-style-type: none"> • Zenoburg am Zenoberg • Gilf mit Steinerem Steg • Stadttheater – 1899 im Jugendstil von Martin Dülfer erbaut • Synagoge • Kurpromenade (Winter- und Sommerpromenade) • Ottoburg (hier wohnte kurzzeitig Franz Kafka)
Museen	<ul style="list-style-type: none"> • Das Tourismuseum „Touriseum“ wurde im Frühjahr des Jahres 2003 eröffnet und zeigt die historische Entwicklung des Tourismus in Südtirol • Das privat geführte Frauenmuseum „Evelyn Ortner“ in der Laubengasse bietet einen Einblick in verschiedene Epochen der Geschichte der Frau • Kunst Meran/Merano „arte“ im Haus der Sparkasse • Das Stadtmuseum ist das älteste Museum Südtirols; bis zur Fertigstellung des neuen Museum am Pfarrplatz ist es im ehemaligen Gasthof Roter Adler am Rennweg untergebracht. Es zeigt Exponate von der Urgeschichte bis heute.
Wesentliche Freizeiteinrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> • Der Pferderennplatz mit einer 5 km langen Rennbahn • Die Thermenanlage in einem ca. 50.000 m² großen Parkareal • Die Gärten von Schloss Trauttmansdorff • Meranarena • Die Tennisanlage mit 11 Frei- und 4 Hallenplätzen • Das Schigebiet Meran 2000
Wesentliche Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Pferderennen um den Großen Preis von Meran • Meraner Musikwochen • Traditionelles Traubenfest • Internationales Weinfestival • Meraner Weihnachtsmarkt • Meranflora

2.3. Wichtige Entwicklungsschritte in der Gemeinde

Nachfolgend werden einige – für die Stadtentwicklung – wichtige Investitionen, die in der Gemeinde Meran in den letzten 20 Jahren getätigt wurden aufgelistet (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

<p>1990 – 2000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bau der Meranarena • Errichtung „Marlinger Park“ • Eröffnung verschiedener Jugendzentren • Umgestaltung und Eröffnung des ehemaligen Dopolavoro in Sinich in ein öffentliches Freizeitzentrum • Errichtung von mehreren Schulgebäuden (finanziert von der Provinz) • Errichtung des neuen Krankenhauses (finanziert von der Provinz) • Sanierung der Tribünen des Pferderennplatzes
<p>2000 – 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Errichtung Zivilschutzzentrum • Erneuerung Seilbahn Meran 2000 • Sanierung Lido Meran • Erweiterung verschiedener Kindergarten- und Schulgebäude • Errichtung verschiedener öffentlicher Parkplätze im Stadtzentrum (z.B. Algunder Kellerei – Plaza) • Entwicklung und Realisierung des Fernwärmenetzes • Sanierungsarbeiten „Museum Meran“ • Eröffnung des Kulturzentrums in der Cavourstraße • Neugestaltung des Sandplatzes und des ersten Teiles der Sparkassenstraße • Neugestaltung des Brunnenplatzes • Sanierungsmaßnahmen am Pferderennplatz • Errichtung der neuen Thermen und des Thermenhotels (finanziert von der Provinz) • Sanierung von Schloss Trauttmansdorff und Errichtung des Tourismuseums und der „Gärten von Schloss Trauttmansdorff“ (finanziert von der Provinz) • Errichtung der Kläranlage in Sinich (finanziert von der Provinz) • Planung und Beginn der Arbeiten für die Nord/West-Umfahrung von Meran (finanziert von der Provinz)

3. MERAN IN ZAHLEN

Nachfolgende statistische Auswertungen sind für die Erarbeitung des vorliegenden Konzeptes wesentlich. Gewisse Unterschiede bei den Daten ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Zählmodi. Teilweise standen nur Zahlen der Volkszählung von 2001 zur Verfügung. Die Daten stammen von der Gemeinde Meran, vom Astat und vom WIFO.

Anmerkung: Die Zahlen des Jahres 2010 wurden soweit vorhanden nach Fertigstellung des Konzeptes integriert und deshalb bei den Kommentaren nicht immer berücksichtigt!

3.1. Demografische und wirtschaftliche Eckdaten

3.1.1. Bevölkerungsentwicklung Stadtgemeinde Meran

Jahr	Einwohner Gesamt	Veränderung ± in %
1961	30.774	
1971	33.251	+ 8,0 %
1981	33.720	+ 1,4 %
1987	33.547	--
1991	34.193	+ 1,4 %
1997	33.947	--
2001	34.115	- 0,2 %
2007	36.811	--
2008	37.253	--
2009	37.673	+ 10,4 %
2010	38.229	--

- Zwischen 1991 und 2009 hat die Bevölkerung um ca. 10,2 % zugenommen; zum Vergleich: im selben Zeitraum nahm die Bevölkerung Südtirols um 13,2 % zu.

Jahr	Anzahl Haushalte	Veränderung ± in %
1987	13.104	
1991	13.389	--
1997	15.461	+ 18,0 %
2001	15.998	--
2007	17.510	+ 13,3 %
2008	17.700	--
2009	17.955	--

- Die Anzahl der Haushalte nahm seit 1991 um 34,1 % zu; zum Vergleich: in Südtirol gab es diesbezüglich eine Zunahme von ca. 36,6 %.
- Der starke Anstieg der Haushalte im Verhältnis zur Entwicklung der Einwohner ist ein Phänomen, das in mehreren EU-Staaten zu beobachten und auf die veränderten Lebensgewohnheiten zurückzuführen ist (mehr Singlehaushalte, höhere Scheidungsrate etc.).

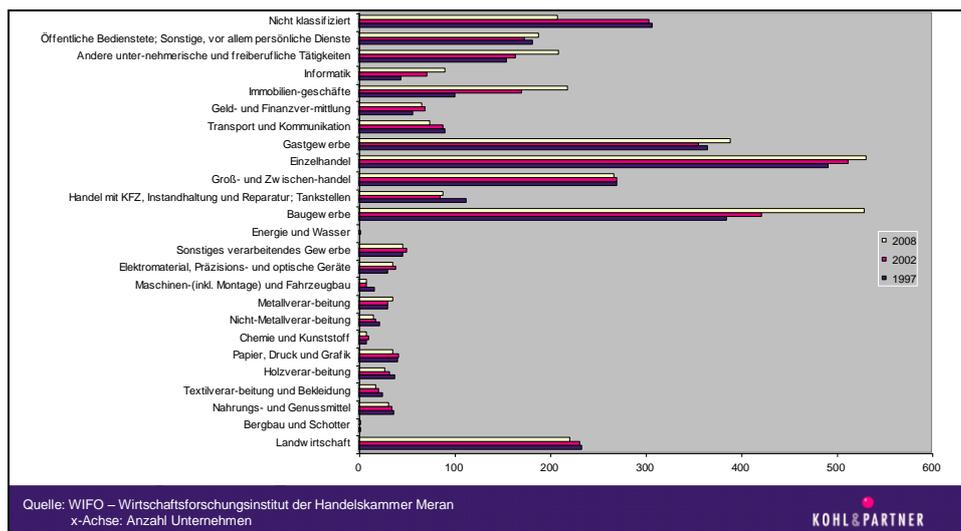
Entwicklung des Wohnungsbestandes 1991 und 2001:

Ständig bewohnte Wohnungen	1991	2001
Anzahl der Wohnungen	13.553	15.020
Durchschnittliche Fläche je Wohnung (m ²)	82,60	83,02
Mittlere Anzahl Zimmer je Wohnung	4,0	3,8
Mittlere Anzahl Bewohner je Wohnung	2,4	2,2
Nicht ständig bewohnte Wohnungen	1991	2001
Anzahl Wohnungen	2.200	1.616
Durchschnittliche Fläche je Wohnung (m ²)	61,30	59,85
Mittlere Anzahl Zimmer je Wohnung	3,0	2,8

Quelle: Landesamt für Wirtschaftsstatistik

Jahr	Ansässige EU-Bürger	Ansässige Nicht-EU-Bürger	Ausländer gesamt	Veränderung ± in %
1987	828	142	970	
1997	808	820	1.628	+ 67,8 %
2002	730	1.374	2.104	--
2008	1.481	3.500	4.981	+ 136,7 %
2009	1.602	3.704	5.306	
2010	1.720	3.928	5.648	

- Während sich die Zahl der Ausländer zwischen 1987 und 2002 in etwa verdoppelte, gab es bis 2008 im Vergleich zu 1987 eine Verfünffachung.
- Ca. 30 % der ansässigen Ausländer sind EU-Bürger, ca. 70 % sind Nicht-EU-Bürger.
- Gemessen an der Bevölkerungsanzahl beträgt der Ausländeranteil in Meran 14,1 %; zum Vergleich: In Südtirol leben ca. 39.000 Ausländer (= 7,8 %), davon sind ca. 32 % EU-Bürger und 68 % Nicht-EU-Bürger (Basis 2009).

3.1.2. Arbeitsstätten und Beschäftigte**Entwicklung der im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragenen Firmen:**

Entwicklung der Betriebsstätten:

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Landwirtschaft	245	241	240	245	250	247	240	232	233	229
Verarb. Gewerbe	337	343	348	354	333	332	323	330	319	325
Baugewerbe	419	443	452	480	493	550	548	563	576	588
Handel	1.087	1.107	1.121	1.142	1.158	1.143	1.151	1.166	1.171	1.160
Gastgewerbe	391	406	424	440	446	455	468	463	463	476
Private Dienstleistungen	728	765	784	805	836	867	893	913	918	918
Andere Sektoren	411	416	403	396	376	349	336	304	311	310
Insgesamt	3.618	3.721	3.772	3.862	3.892	3.943	3.959	3.971	3.991	4.006
davon: Gewerbliche Unternehmen	3.373	3.480	3.532	3.617	3.642	3.696	3.719	3.739	3.758	3.777
davon: Metallverarbeitung u. Maschinenbau	41	40	43	46	46	47	47	51	48	47
davon: Nahrungs- und Genussmittel	50	49	52	56	58	56	53	50	45	48
davon: Holzverarbeitung (ohne Möbel)	38	37	36	35	35	38	36	35	31	31

Quelle der Daten: Handelskammer Bozen

Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten:

Wirtschaftssektor	Jahr	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Landwirtschaft		365	342	324	338	348	347	334	324	318	335
Verarbeitendes Gewerbe		1.639	1.607	1.496	1.505	1.547	1.528	1.490	1.472	1.481	1.479
Bauwesen		793	834	884	922	925	907	822	818	773	705
Handel		1.644	1.657	1.692	1.670	1.636	1.666	1.719	1.801	1.951	2.000
Gastgewerbe		944	991	1.053	1.054	1.075	1.116	1.206	1.295	1.317	1.332
Öffentlicher Sektor		4.405	4.611	4.798	4.941	4.989	5.156	5.484	5.866	5.997	6.070
<i>davon private Unternehmen</i>		499	516	527	567	615	602	603	649	669	699
Andere Dienstleistungen		1.930	2.003	2.079	2.057	2.145	2.318	2.548	2.673	2.706	2.819
Insgesamt		11.721	12.045	12.325	12.487	12.665	13.038	13.603	14.250	14.544	14.741

Quelle: Amt für Arbeitsmarktbeobachtung

- Mit ca. 15.000 Beschäftigten in ca. 4.000 Betriebsstätten (privat und öffentlich) ist Meran nach Bozen der zweitgrößte „Arbeitgeber“ Südtirols.
- Seit dem Jahr 2000 ist die Anzahl der Beschäftigten in Meran um fast 26 % gestiegen.
- Nach Wirtschaftssektoren entwickelten sich die Beschäftigungszahlen seit dem Jahr 2000 wie folgt:

Wirtschaftssektor	in absoluten Zahlen	in %
Landwirtschaft	- 30	- 8,2 %
Verarbeitendes Gewerbe	- 160	- 9,8 %
Bauwesen	- 88	- 11,1 %
Handel	+ 356	+ 21,7 %
Gastgewerbe	+ 388	+ 41,1 %
Öffentlicher Sektor	+ 1.665	+ 37,8 %
Andere Dienstleister	+ 889	+ 46,1 %

Quelle: Amt für Arbeitsmarktbeobachtung

3.1.3. Kaufkraftströme Einzelhandel Meran*)

• Anzahl der Verkaufspunkte	=	638
• Verkaufsfläche	=	63.623 m ²
• Verkaufsfläche pro Verkaufspunkt	=	ca. 100 m ²
• Verkaufsfläche pro Einwohner	=	1,8 m ²
<i>(zum Vergleich: Bozen = 1,8 – Brixen = 2,5 – Salzburg = 2,1 – Villach = 4,0)</i>		
+ Kaufkraft-Volumen ¹⁾	=	€ 347,8 Mio.
– Kaufkraft-Abflüsse ²⁾	=	€ 63,2 Mio.
+ Kaufkraft-Zuflüsse ³⁾	=	€ 225,8 Mio.
= Wirksame Kaufkraft	=	€ 510,5 Mio.

¹⁾ Kaufkraft-Volumen = Geld, das sämtliche Haushalte in Meran pro Jahr im Einzelhandel ausgeben

²⁾ Kaufkraft-Abflüsse = Geld, von Meraner Haushalten, das im Einzelhandel in anderen Orten ausgegeben wird

³⁾ Kaufkraft-Zuflüsse = Umsätze im Meraner Einzelhandel, die nicht von Ortsansässigen stammen

Von € 510,5 Mio. wirksamer Kaufkraft entfallen:

• 56 %	=	€ 285,9 Mio. auf Ausgaben der ortsansässigen Bevölkerung
• 31 %	=	€ 158,3 Mio. stammen aus dem Einzugsgebiet
• 13 %	=	€ 66,4 Mio. sind Streuumsätze (hauptsächlich aus dem Tages- und Aufenthaltstourismus)

3.1.4. Kommunale Infrastrukturen:

- **Wasserver- und -entsorgung:**

Die Wasserversorgung erfolgt über Quellen aus dem Vinschgau und dem Passeiertal; verteilt wird das Wasser über Zuleitungen und 6 Speicher.

Außerdem gibt es 5 Reservebrunnen.

Jedes Jahr stehen 5.000.000 m³ Wasser zur Verfügung.

Die Führung des Wasserwerks erfolgt seit 1. Juli 1998 durch die Stadtwerke Meran AG.

Wasserverbrauch in m³ in Meran seit 1999:

Jahr	Wasserverbrauch in m ³	Veränderung in %
1999	4.281.458	--
2002	4.604.646	+ 7,5 %
2007	3.998.561	- 13,2 %
2009	3.957.962	- 1,0 %

Auffallend ist, dass sich der Wasserverbrauch zwischen 2002 und 2007 um mehr als 13 % verringert hat. Zurückzuführen ist diese Gegebenheit vor allem auf Wassereinsparungen, qualitativen Verbesserungen der Zuleitungen etc.

*) Quelle = Einkaufen in Südtirol 2008 – Assessorat für Wirtschaft und Finanzen

Wassertarife für das Jahr 2010:

Der Wassertarif setzt sich aus der Trinkwassertarif und Abwassertarif zusammen. Der Trinkwassertarif besteht aus einem fixen und einem variablen Bestandteil (+ MwSt.).

In der nachfolgenden Tabelle finden Sie den gültigen Tarif für das Jahr 2010, vom Gemeinderat mit Beschluss Nr. 88 vom 10.12.2008 genehmigt.

Tarifeigenschaft**a) VARIABLE GEBÜHR**

Privatverbrauch (Jahrestarif pro Wohnung)	
- ERMÄßIGTER TARIF (von 0 bis zu 100 m3)	0,27 €/m3
- ERHÖHTER TARIF (ab 100 m3)	0,50 €/m3
Gemeinschaften, Betriebe	0,50 €/m3
Kunden außerhalb des Meraner Gemeindegebietes	0,62 €/m3

b) ZÄHLERMIETE UND FIXGEBÜHR (auf Grund des Zählerdurchmessers)

13 - 20 mm	30,00 €/Jahr
25 - 30 mm	60,00 €/Jahr
40 - 50 mm	150,00 €/Jahr
65 - 80 mm	360,00 €/Jahr
100 mm	510,00 €/Jahr

c) ABWASSERLEITUNG UND KLÄRUNG

Privatverbrauch und nicht produzierendes Gewerbe	0,95 €/m3
Produzierendes Gewerbe	***

*** Der Abwassertarif für das produzierende Gewerbe hängt vom Tätigkeitsbereich des Betriebes ab.

Berechnungsbeispiel Wasser- und Abwassertarif

Eine Familie mit einem Zähler mit Durchmesser von 20 mm und mit einem Jahresverbrauch von 200 m3 bezahlt:

- Fixgebühr: 30,00 €
- Variable Gebühr (0,27 € * 100 + 0,50 € * 100) = 77 €
- Abwasser (0,95 € * 200) = 190 €

Gesamte Jahrestarif: (30,00 + 77 + 190) * 1,1 (10% MwSt.) = **326,70 €**

Die Wasserver- und -entsorgung ist in der Gemeinde Meran langfristig – auch bei steigendem Bedarf – gesichert.

- **Energieversorgung**

Für die Energieversorgung der Stadtgemeinde Meran ist die Etschwerke AG zuständig. Der Primärenergieträger ist derzeit das Gas; daneben wird die Fernwärme immer wichtiger.

Bezüglich Fernwärme werden derzeit ca. 100 Wärmeübergabestationen wie Kondominien, Betriebe, Schulen etc. versorgt; weiters versorgt werden ca. 1.700 Familien. Da das Fernwärmenetz ständig ausgebaut wird, werden sich obige Zahlen in den nächsten Jahren nach oben verändern.

Sviluppo teleriscaldamento Merano:

		2006	2007	2008	2009	2010
Produzione energia elettrica	MWh	0	18.671	32.424	24.020	35.000
Vapore a Zipperle	MWh	0	29.461	46.701	36.742	36.000
Energia rete di teleriscaldamento	MWh	0	5.206	9.416	13.781	25.000
Consumo gas della centrale	Sm ³	0	7,1*10 ⁶	11,4*10 ⁶	9,81*10 ⁶	10,88*10 ⁶
Numero sottostazioni	N°	17	37	49	92	120
Lunghezza rete di teleriscaldamento	km	3,3	7,4	9,5	16,2	19,8
Potenza allacciata al teleriscaldamento	kW	3.700	8.135	9.650	18.200	27.300
Punta di potenza al teleriscaldamento	kW	0	5.000	6.500	12.500	21.000
Produzione impianto fotovoltaico sul tetto	kWh	0	53.939	51.536	54.500	52.160

Quelle: Etschwerke AG

- **Müllaufkommen und -entsorgung:**

Gesamtmüllaufkommen in der Gemeinde in Tonnen:

2008	2009
21.823	22.936

Müllentsorgung in Tonnen:

Gesammelte Müllmenge	2008	2009
Gesamt - davon:	21.823	22.936
Restmüll	10.368	10.701
Papier	2.050	1.921
Glas	1.758	1.781
Biomüll	997	1.200
Sonstiges*	6.650	7.333

* Andere getrennt gesammelte Materialien wie z.B. Metalle, Kartonagen, Dosen, Kunststoffe und Gartenabfälle

Die Bereitschaft der Bevölkerung Müll zu trennen, hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt. Die von der Gemeinde gesetzten Ziele wurden erreicht bzw. übertroffen.

3.1.5. Flächennutzung lt. Realnutzungskarte – Stand 2000^{*)}

Beschreibung	Fläche in ha
Dichte städtische Verbauung	17,39
Lockere städtische Bebauung	387,62
Dichte ländliche Bebauung	5,26
Einzelhäuser, Streusiedlung	55,76
Grünflächen in Siedlungen	19,51
Industrie- und Gewerbeflächen	87,59
Straßen- und Zubehörf lächen	35,97
Eisenbahn- und Zubehörf lächen	24,66
Lifte, Seilbahnen mit Zubehörf lächen	0,66
Sport- und Freizeiteinrichtungen	52,75
Friedhof	10,85
Sonstige öffentliche Einrichtungen	40,00
Abbauf läche	2,06
Deponien und Abraumhalden	0,96
Militärf läche	53,91
Nicht klassifizierbare Fläche	5,27
Ackerland	59,49
Dauerkulturen	697,59
Sonstige landwirtschaftliche Flächen	5,63
Wald	1.015,28
Hecken- und Flurgehölze	18,03
Grasland	7,61
Fels	3,00
Vegetationsloses Lockermaterial	2,09
Fließgewässer	25,12
Stehende Gewässer	0,01
Gesamt	2.634,07

^{*)} Aktuellere Daten standen nicht zur Verfügung

3.1.6. Flächenreserven

- **Geförderter Wohnbau:** Die Programme wurden in der 10-Jahresperiode erfüllt; die Überarbeitung des Bauleitplans wird im Frühjahr 2011 erfolgen.
- **Konventionierter Wohnbau:** Wird regelmäßig neuem Wohnvolumen zugeordnet, gemäß LG 13/97 Art. 27.
- **Gewerbeazonen:** Diesbezüglich gibt es eine Fläche von ca. 32.700 m² (Bosin), die ausgewiesen, aber noch nicht verbaut ist.
- **Tourismuszonen:** Eine ausgewiesene – aber noch nicht verbaute – Zone (ca. 8.200 m²) gibt es im Kastanienweg.

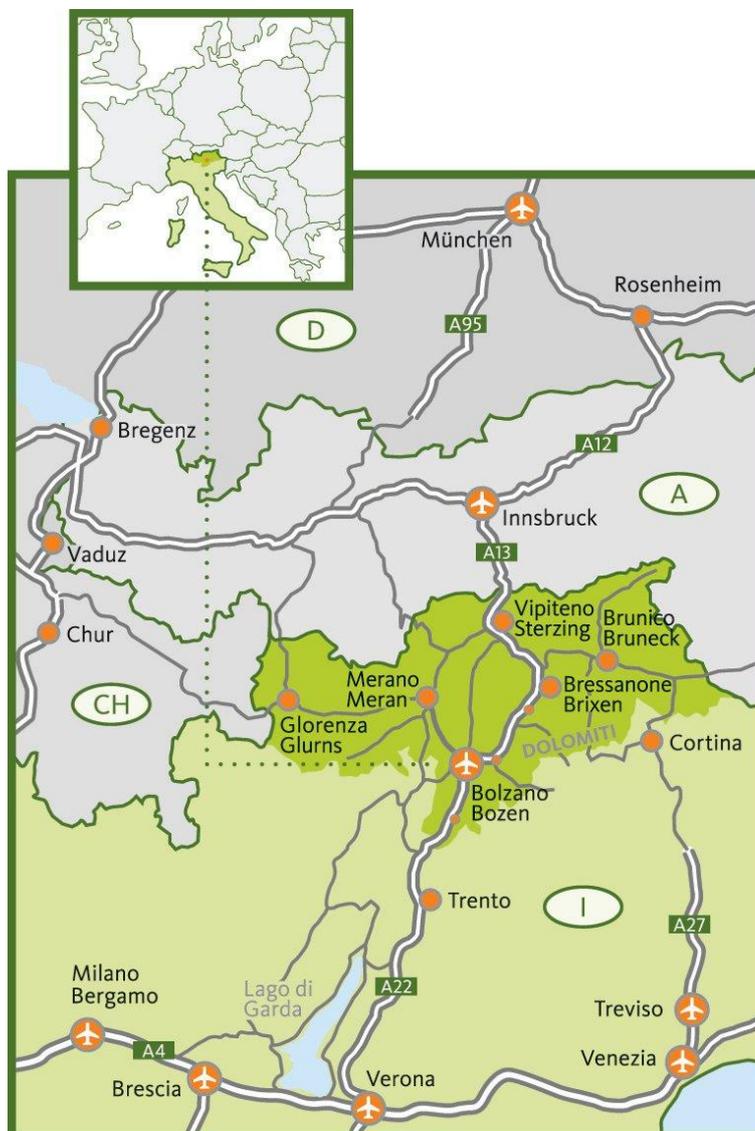
Unverbaute Flächen in den ausgewiesenen Wohnbauzonen lt. Bauleitplan:

Wohnbauzone A (Wiedergewinnungszone)	die Flächen sind verbaut
Wohnbauzone B (Auffüllzonen):	einige Restflächen sind noch unverbaut
Wohnbauzone C (Erweiterungszonen):	die Flächen sind verbaut bzw. in Bauphase

Zusammenfassende Bemerkungen:

- Zwischen 1987 und 2010 wuchs die Bevölkerung von Meran um ca. 4.700 Einwohner. Dieser Zuwachs ist ausschließlich auf die Zunahme von ausländischen Mitbürgern zurückzuführen.
- Meran ist nach Bozen der zweitgrößte „Arbeitgeber“ in Südtirol. Die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten hat seit dem Jahr 2000 um ca. 26 % zugenommen.
- Was die kommunalen Infrastrukturen (Wasser- und Energieversorgung) anbelangt ist Meran gut versorgt und langfristig abgesichert. Selbst bei steigendem Bedarf (z.B. durch Zunahme der Bevölkerung, zusätzliche Hotelbetten u.ä.) sollte es in Meran diesbezüglich zu keinen Engpässen kommen. Festgestellt werden kann außerdem, dass die Gemeinde Meran laufend an der Verbesserung der kommunalen Infrastrukturen arbeitet.
- Bezüglich Flächenverfügbarkeit für die verschiedenen Bereiche kann darauf hingewiesen werden, dass im Frühjahr 2011 die Überarbeitung des Bauleitplans erfolgen wird.
- Ein neuer Handelsplan für die Stadtgemeinde Meran wurde 2009 genehmigt; dieser hat eine Dauer von 5 Jahren.

3.2. Zur Verkehrssituation



Entfernungen:

- Bozen: 33 km
- Innsbruck: 151 km
- Venedig: 296 km
- Verona: 180 km
- München: 313 km
- Mailand: 307 km

Öffentliche Verkehrsmittel:

Meran wird – als Bezirkszentrum – mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bus und Bahn) gut versorgt. Die inner- und außerstädtischen Busverbindungen sind als gut zu bezeichnen; an Verbesserungen wird laufend gearbeitet.

Verkehrsberuhigte Zonen:

Mit Beschluss des Gemeindevorstandes Nr. 171 vom 29.04.2008 wurden folgende verkehrsberuhigten Zonen bestätigt:

- Die Galileo-Galilei-Straße (im Abschnitt zwischen dem Kreisverkehr und der Laubengasse)
- Die Laubengasse
- Der Pfarrplatz
- Die Leonardo-da-Vinci-Straße
- Die Metzgergasse
- Die Passeirer Gasse
- Die Steinachgasse
- Die Valentin-Haller-Straße
- Die Ortensteingasse
- Die Kallmünzgasse
- Der Seiseneggweg
- Der Gartenweg
- Der Steinachplatz
- Der Sandplatz
- Die Freiheitsstraße (im Abschnitt zwischen dem Sandplatz und dem Theaterplatz)
- Die Postbrücke
- Die Sparkassenstraße
- Der Mühlgraben

Für obige Zonen sind in obigen Beschluss klare Kriterien für Durchfahrts- und Parkgenehmigungen festgelegt worden.

Parken in Meran:^{*)}

Nachfolgend werden einige wesentliche öffentliche Parkplätze aufgelistet:

Parkplätze	Anzahl der PKW-Parkplätze	Gebührenpflichtig Ja/Nein
Parkplatz am Marconipark	91	ja
Thermen-Parkplatz	535	ja
Parkplatz bei der Volksbank	94	ja
Parkplatz Wolfstraße/Verdistraße	212	ja
Parkplatz der Algunder Kellerei	207	ja
Parkplatz Petrarcastraße	41	ja
Despar-Parkplatz	51	nein
Parkplatz Praderplatz	271	nein
Gesamt	1.502	

^{*)} Quelle: Stadtverkehrsplan vom 26.07.2007

Allgemeines Parkplatzangebot:^{*)}

Im gesamten Stadtgebiet werden insgesamt ca. 5.500 öffentlich zugängliche Stellplätze gezählt.

In der Altstadt (Zone A) gibt es ca. 430 Parkplätze (zum Großteil bestehend aus den 207 Parkplätzen der Allgunder Kellerei). In den Zonen B und C gibt es rund 2.080 Abstellplätze. Die restlichen Plätze befinden sich in der Zone D, wo der private Parkraum eine größere Bedeutung hat.

Im Meraner Stadtzentrum gibt es rund 1.280 kostenpflichtige Stellplätze ohne Zeitbegrenzung, 535 davon auf dem Thermen-Parkplatz.

Der Vergleich der heutigen Situation mit der Stellplatzbilanz von 1996 zeigt, dass keine wesentlichen quantitativen Veränderungen eingetreten sind. Hinsichtlich der Stellplatzart ist hingegen eine eindeutige Zunahme der gebührenpflichtigen Stellplätze (z.T. Blaue Zone) festzustellen, während kostenlose Stellplätze so gut wie verschwunden sind.

Parkplatznachfrage:

Erhebungen aus dem Jahr 2006 haben ergeben, dass die Parkplätze in Meran im Durchschnitt zu 55 % und zu Stoßzeiten zu 68 % ausgelastet sind.

Der Vergleich mit den Daten von 1996 zeigt wie die Auslastung durch die Wirkung des städtischen Parkraumplans zurückgegangen ist: 1996 waren die Parkplätze im Durchschnitt zu 69 % und zu Stoßzeiten zu 77 % ausgelastet.

Stadtpolizei:

Für die innerstädtische Verkehrssicherheit sind 43 Verkehrspolizisten (davon 35 im Außendienst) zuständig.

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

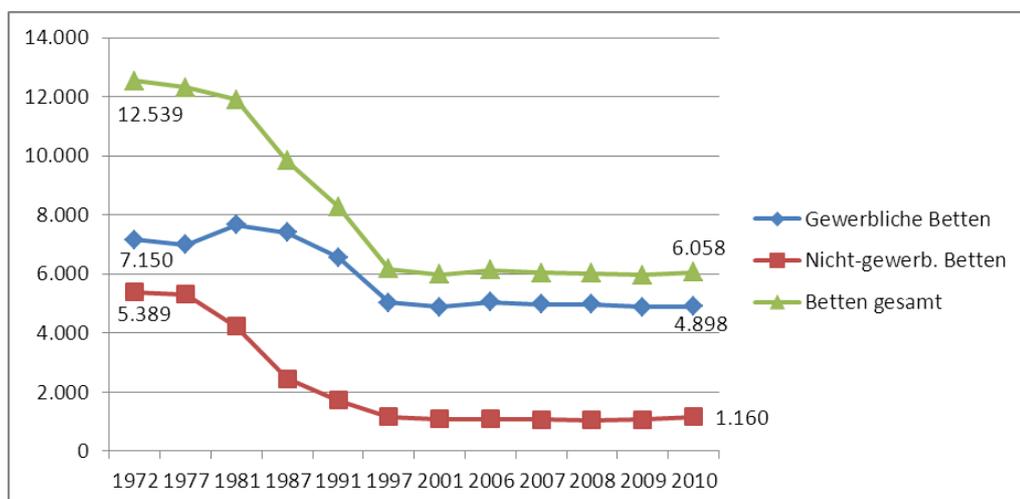
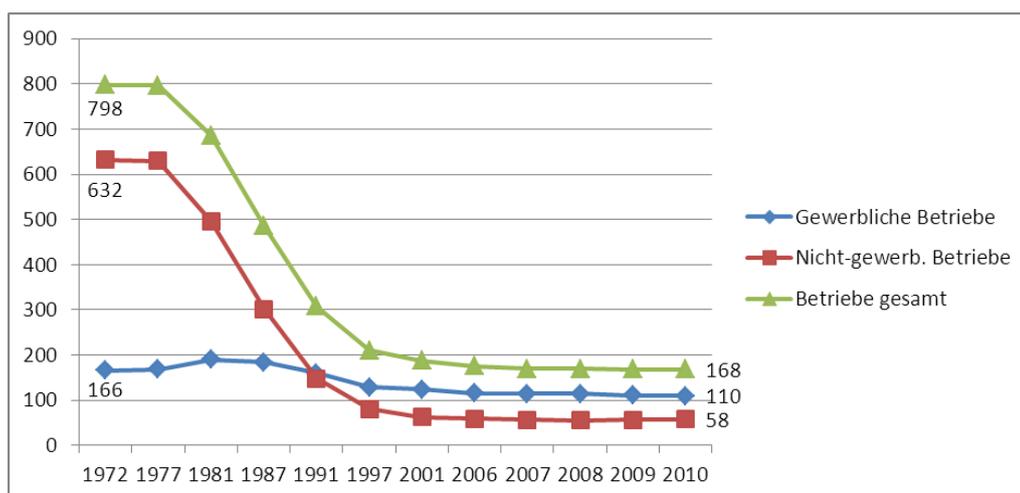
- Wie in fast jeder Stadt ist das Thema „Verkehr“ auch in Meran eine dauernde Herausforderung.
- Meran verfügt über einen Stadtverkehrsplan aus dem Jahr 2007, wo Maßnahmen für das Fußwegenetz, das Radwegenetz, den motorisierten Individualverkehr, den Schwerverkehr, den öffentlichen Personenverkehr und die Parkplatzgestaltung festgeschrieben sind.
- Wesentliche Investitionsvorhaben, die für die nächsten Jahre im Bereich Verkehr:
 - Verkehrstechnische Anbindung an die Nord/West-Umfahrung
 - Gestaltung des Bahnhofsareals
 - Aufwertung des Bahnhofs Untermais und der Haltestelle Sinich
 - Entwicklung eines Parkleit- und Verkehrsleitsystems
 - Übergemeindliche Verkehrsplanung in Zusammenarbeit mit den Nachbargemeinden

^{*)} Quelle: Stadtverkehrsplan vom 26.07.2007

3.3. Touristische Angebots- und Nachfrageentwicklung

Entwicklung der Betriebe und Gästebetten:

Jahr	Gewerblich		Nicht-gewerblich		Gesamt	
	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten
1972	166	7.150	632	5.389	798	12.539
1977	168	6.998	629	5.316	797	12.314
1981	190	7.670	496	4.233	686	11.903
1987	184	7.397	301	2.441	485	9.838
1991	160	6.553	148	1.726	308	8.279
1997	129	5.021	81	1.155	210	6.176
2001	124	4.883	63	1.092	187	5.975
2006	116	5.047	59	1.090	175	6.137
2007	114	4.969	56	1.059	170	6.028
2008	114	4.970	55	1.052	169	6.022
2009	111	4.886	57	1.072	168	5.958
2010	110	4.898	58	1.160	168	6.058



Kommentar:

- **Gewerbliche Betriebe:** Die Anzahl der gewerblichen Betriebe hat sich seit 1972 von 166 auf 110 verringert (= - 33,7 %). Den stärksten Rückgang gab es zwischen 1987 und 1997, wo sich die Anzahl der Betriebe um 55 Einheiten verringerte. Die Bettenanzahl verringerte sich seit 1972 um 2.252 Betten (= - 31,5 %); auch hier gab es den stärksten Rückgang zwischen 1987 und 1997. Seit 1997 ist die Bettenanzahl – trotz sinkender Anzahl der Betriebe – im Wesentlichen konstant.
- **Nicht-gewerbliche Betriebe:** Im nicht-gewerblichen Bereich ist die Betriebs- und Bettenrückgang noch wesentlich stärker. Gab es in Meran 1972 noch 632 nicht-gewerbliche Betriebe mit ca. 5.400 Gästebetten, so sind es heute nur noch 58 Betriebe mit 1.160 Gästebetten (= - 78,5 %).
- **Gesamt:** Zwischen 1972 und 2010 verlor Meran ca. 52 % seiner Betten (= 6.481 Betten); davon entfallen auf den gewerblichen Bereich 2.252 (= 34,7 %) und auf den nicht-gewerblichen Bereich 4.229 Betten (= 65,3 %). Gab es vor ca. 40 Jahren noch insgesamt 800 Vermieter in Meran, so sind es heute „nur“ noch 168. Der starke Rückgang im nicht-gewerblichen Bereich hat u.a. folgende Ursachen: die nachteiligen gesetzlichen Rahmenbedingungen, die Veränderung der touristischen Nachfrage, die Entwicklung Merans generell (weg von der „reinen“ Tourismusdestination und hin zum urbanen Zentrum, wo der Tourismus – im Wirtschaftsleben der Stadt – aber nach wie vor eine Hauptrolle spielt) etc.

Entwicklung der Zweitwohnungen:

2006	485
2008	477

- Woher kommen die Eigentümer der Zweitwohnungen (Stand 2008)?^{*)}

Land	Anzahl	in %
Südtirol	53	11,10
Deutschland	248	52,00
Italien	126	26,40
Sonstige	50	10,50
Gesamt	477	100,00

Kommentar:

- Die Anzahl der Zweitwohnungen hat sich zwischen 2006 und 2008 geringfügig verringert.
- Die 477 Zweitwohnungen verfügen über eine Nutzfläche von 26.897 m², das entspricht einer mittleren Nutzfläche von 56,4 m² pro Wohnung. Zum Vergleich: In Südtirol gibt es insgesamt 11.545 Zweitwohnungen mit einer Nutzfläche von 746.132 m², was einer mittleren Nutzfläche pro Wohnung von 64,9 m² entspricht.

^{*)} Quelle: Astat – Info Nr. 51/2009

Zum Vergleich: Die Gemeinden Südtirols mit den meisten Zweitwohnungen – Stand 2008

	Gemeinde	Anzahl
1.	Welschnofen	929
2.	Kastelruth	710
3.	Abtei	549
4.	Ritten	510
5.	Corvara	487
6.	Meran	477
7.	Tobach	469
8.	Bruneck	338
9.	Innichen	333
10.	Wolkenstein	315
11.	Völs am Schlern	298
12.	St. Ulrich	292
13.	Sterzing	280
14.	Welsberg-Taisten	238
15.	Brixen	233
16.	Brenner	203
17.	Olang	198
18.	Niederdorf	195
19.	St. Christina	188
20.	Stilfs	185
21.	Enneberg	183
22.	Hafling	171
23.	Deutschnofen	151
24.	Lajen	143
25.	Latsch	138

Quelle: Astat - Info Nr. 51/2009

Entwicklung der Nächtigungen und Vollbelegstage:

Jahr	Nächtigungen			Vollbelegstage		
	Gewerblich	Nicht-gewerb.	Gesamt	Gewerblich	Nicht-gewerb.	Gesamt
1972	857.034	529.167	1.386.201	120	98	111
1977	873.839	227.442	1.101.281	125	43	89
1981	934.850	182.754	1.117.604	122	43	94
1987	1.009.429	207.687	1.217.116	136	85	124
1991	917.968	191.466	1.109.434	140	111	134
1997	757.955	128.202	886.157	151	111	143
2001	746.441	102.267	848.708	153	94	142
2006	790.903	125.598	916.501	157	115	149
2007	815.801	128.982	944.783	164	122	157
2008	813.496	119.134	932.630	164	113	155
2009	825.624	122.664	948.288	169	114	159
2010	874.448	130.382	1.004.830	179	112	166

Kommentar:

- **Gewerbliche Nächtigungen:** Zwischen 1972 und 2010 sind die Nächtigungen im gewerblichen Bereich fast gleichgeblieben: ca. 860.000 Nächtigungen wurden im Jahr 1972 verzeichnet und ca. 870.000 Nächtigungen im Jahr 2010. Betrachtet man die Nächtigungsentwicklung im Detail, fällt auf, dass es vor allem zwischen 1987 und 1997 starke Nächtigungsrückgänge gab (zurückzuführen auf den starken Betriebs- und Bettenrückgang). Im Gegensatz dazu entwickelten sich die Vollbelegstage positiv: waren die gewerblichen Betten im Jahr 1987 noch 136 Tage pro Jahr voll belegt, waren es in den letzten Jahren 160 – 180 Tage. Zum Vergleich: Die gewerblichen Betriebe in Südtirol erreichen ca. 150 Vollbelegstage.

- **Nicht-gewerbliche Nächtigungen:** Hier gab es ein Minus von 42,7 % seit 1977. Die erreichten Bettenvollbelegstage sind seit 1991 – mit einigen markanten Schwankungen in den Jahren 2001 und 2007 – im Wesentlichen konstant. Während in Meran im nicht-gewerblichen Bereich zwischen 110 und 115 Vollbelegstage erreicht werden, sind es südtirolweit „nur“ 80 Vollbelegstage.
- **Gesamt:** Im Jahr 1972 wurden in Meran ca. 1,4 Mio. Nächtigungen erreicht; im Jahr 2009 waren es ca. 950.000, im Jahr 2010 etwas mehr als eine Million. Der Rückgang ist fast ausschließlich dem nicht-gewerblichen Bereich zuzuschreiben. Meran erreicht insgesamt ca. 160 – 170 Vollbelegstage – zum Vergleich: In Südtirol wurden im Jahr 2009 128 Vollbelegstage erreicht.
- **Vergleich der Betten- und Nächtigungsentwicklung mit den umliegenden Gemeinden** – siehe Protokoll vom 10.12.2009.

Entwicklung der Ankünfte und durchschnittlichen Aufenthaltsdauer:

Jahr	Ankünfte	Ø Aufenthaltsdauer
1972	155.666	8,9
1977	151.425	7,3
1981	163.782	6,8
1987	184.763	6,6
1991	188.007	5,9
1997	164.700	5,4
2001	174.707	4,9
2006	214.140	4,3
2007	231.032	4,1
2008	232.976	4,0
2009	242.248	3,9
2010	266.724	3,8

- Wie im gesamten Alpenbereich nimmt auch in Meran die durchschnittliche Aufenthaltsdauer kontinuierlich ab. Bezogen auf die Vollbelegstage bedeutet das, dass wesentlich mehr Ankünfte notwendig sind, um diese zu halten bzw. zu steigern.
- In Meran konnten die Ankünfte von 1987 bis 2010 um mehr als 44 % gesteigert werden. Allein zwischen 2008 und 2010 wurde bei den Ankünften ein Plus von mehr als 14 % verzeichnet, während die Nächtigungen um 7,7 % zunahmen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt in Meran bei knapp 4 Tagen. Zum Vergleich: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Südtirol liegt bei rund 5 Tagen.

Nächtigungen nach Monaten:

Monat	1987	in %	1997	in %	2007	in %	2008	in %	2009	in %	2010	in %
Jänner	33.426	2,7	17.944	2,0	30.226	3,2	26.417	2,8	30.476	3,2	34.676	3,5
Februar	14.840	1,2	21.709	2,4	27.139	2,9	26.530	2,8	25.118	2,6	28.709	2,9
März	29.888	2,5	51.501	5,8	34.690	3,7	52.262	5,6	31.594	3,3	39.916	4,0
April	146.683	12,1	85.527	9,7	93.709	9,9	68.796	7,4	86.356	9,1	91.678	9,1
Mai	133.694	11,0	106.755	12,0	89.768	9,5	104.457	11,2	92.775	9,8	100.726	10,0
Juni	123.543	10,2	83.625	9,4	98.528	10,4	85.409	9,2	95.383	10,1	100.788	10,0
Juli	124.681	10,2	97.705	11,0	104.181	11,0	118.800	12,7	109.754	11,6	114.813	11,4
August	176.915	14,5	135.274	15,3	137.694	14,6	137.620	14,8	143.550	15,1	148.549	14,8
September	191.094	15,7	123.212	13,9	123.286	13,0	117.010	12,5	121.628	12,8	127.909	12,7
Oktober	181.962	15,0	111.727	12,6	103.508	11,0	100.426	10,8	109.043	11,5	111.376	11,1
November	36.479	3,0	21.902	2,5	44.148	4,7	39.085	4,2	38.240	4,0	40.837	4,1
Dezember	23.911	2,0	29.276	3,3	57.906	6,1	55.818	6,0	64.371	6,8	64.853	6,5
Gesamt	1.217.116	100,0	886.157	100,0	944.783	100,0	932.630	100,0	948.288	100,0	1.004.830	100,0

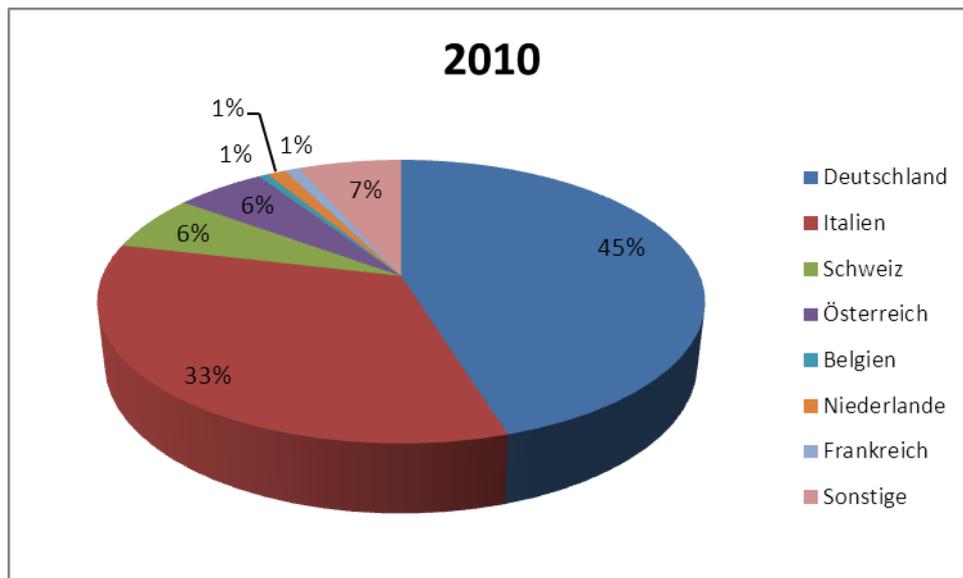
- Die Nächtigungsentwicklung nach Monaten zeigt kontinuierlich gute Zahlen zwischen April und Oktober; in diesen Monaten werden je zwischen 9 und 15 % der jährlichen Gesamtnächtigungen erreicht.

- In den letzten 20 Jahren haben sich auch die Nächtigungen in den Monaten Jänner, Februar, März und November – wenn auch auf niedrigem Niveau – positiv entwickelt und durchschnittlich um 1 % zugenommen. Eine Ausnahme bildet in den Wintermonaten der Dezember, wo sich die Nächtigungen gegenüber 1997 mehr als verdoppelt haben. Der Grund hierfür dürfte vor allem der Weihnachtsmarkt sein.

Nächtigungen nach Nationen:

Nation	1987	in %	1997	in %	2007	in %	2008	in %	2009	in %	2010	in %
Deutschland	706.394	58,0	491.506	55,5	428.801	45,4	419.478	45,0	428.874	45,2	454.413	45,2
Italien	259.038	21,3	260.917	29,4	326.934	34,6	316.481	33,9	321.808	33,9	336.639	33,5
Schweiz	50.584	4,2	27.695	3,1	57.974	6,1	60.133	6,4	62.130	6,6	64.076	6,4
Österreich	99.389	8,2	46.968	5,3	49.207	5,2	49.373	5,3	51.315	5,4	56.792	5,7
Belgien	8.147	0,7	5.153	0,6	5.871	0,6	6.213	0,7	5.814	0,6	6.264	0,6
Niederlande	28.081	2,3	8.629	1,0	9.299	1,0	9.929	1,1	10.364	1,1	11.429	1,1
Frankreich	8.164	0,7	4.990	0,6	11.163	1,2	10.345	1,1	10.402	1,1	9.668	1,0
Sonstige	57.319	4,7	40.299	4,5	55.534	5,9	60.678	6,5	57.581	6,1	65.549	6,5
Gesamt	1.217.116	100,0	886.157	100,0	944.783	100,0	932.630	100,0	948.288	100,0	1.004.830	100,0

Nächtigungen nach Nationen 2010:



- Die Entwicklung der Nächtigungen nach Nationen ist geprägt von einer starken Abnahme der Nächtigungen aus Deutschland (sowohl prozentuell als auch absolut) und einer positiven Entwicklung des italienischen Marktes. Weiters erwähnenswert ist die Zunahme der Schweizer und die Abnahme der österreichischen Gäste.

Betriebe, Betten und Nächtigungen nach Beherbergungskategorien 1987 – 1991 – 1997 – 2001 – 2007 – 2008 – 2009 – 2010^{*)}

1987	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 Sterne	27	5,6	2.380	24,2	88,1	301.133	24,7	127
3 Sterne	48	9,9	2.270	23,1	47,3	350.604	28,8	154
2 Sterne	57	11,8	1.520	15,5	26,7	199.747	16,4	131
1 Stern	41	8,5	804	8,2	19,6	106.364	8,7	132
Residence	11	2,3	423	4,3	38,5	51.581	4,2	122
Gewerblich gesamt	184	37,9	7.397	75,2	40,2	1.009.429	82,9	136
Camping	1	0,2	350	3,6	350,0	47.296	3,9	135
Privatvermieter	297	61,2	1.913	19,4	6,4	156.461	12,9	82
Ferienheime/Jugendherbergen	3	0,6	178	1,8	59,3	3.930	0,3	22
Gesamt	485	100,0	9.838	100,0	20,3	1.217.116	100,0	124

1991	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 Sterne	26	8,4	2.271	27,4	87,3	342.936	30,9	151
3 Sterne	43	14,0	1.995	24,1	46,4	283.831	25,6	142
2 Sterne	49	15,9	1.224	14,8	25,0	158.517	14,3	130
1 Stern	31	10,1	628	7,6	20,3	73.253	6,6	117
Residence	11	3,6	435	5,3	39,5	59.431	5,4	137
Gewerblich gesamt	160	51,9	6.553	79,2	41,0	917.968	82,7	140
Camping	1	0,3	350	4,2	350,0	127.448	11,5	364
Privatvermieter	144	46,8	1.198	14,5	8,3	19.035	1,7	16
Ferienheime/Jugendherbergen	3	1,0	178	2,2	59,3	44.983	4,1	253
Gesamt	308	100,0	8.279	100,0	26,9	1.109.434	100,0	134

1997	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
5 und 4 Sterne	23	11,0	1.657	26,8	72,0	254.215	28,7	153
3 Sterne	40	19,0	1.728	28,0	43,2	259.164	29,2	150
2 Sterne	49	23,3	1.284	20,8	26,2	190.168	21,5	148
1 Stern	17	8,1	352	5,7	20,7	54.408	6,1	155
Gewerblich gesamt	129	61,4	5.021	81,3	38,9	757.955	85,5	151
Camping	1	0,5	350	5,7	350,0	39.515	4,5	113
Privatvermieter	77	36,7	601	9,7	7,8	56.608	6,4	94
Ferienheime/Jugendherbergen	3	1,4	204	3,3	68,0	32.079	3,6	157
Gesamt	210	100,0	6.176	100,0	29,4	886.157	100,0	143

2001	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 Sterne	24	12,8	1.698	28,4	70,8	301.006	35,5	177
3 Sterne	45	24,1	1.850	31,0	41,1	267.607	31,5	145
2 Sterne	40	21,4	1.014	17,0	25,4	136.088	16,0	134
1 Stern	15	8,0	321	5,4	21,4	41.740	4,9	130
Gewerblich gesamt	124	66,3	4.883	81,7	39,4	746.441	88,0	153
Camping	1	0,5	350	5,9	350,0	34.252	4,0	98
Privatvermieter	59	31,6	516	8,6	8,7	42.240	5,0	82
Ferienheime/Jugendherbergen	3	1,6	226	3,8	75,3	25.775	3,0	114
Gesamt	187	100,0	5.975	100,0	32,0	848.708	100,0	142

^{*)} Vergleichszahlen zur Entwicklung der Nachbarorte siehe Protokoll vom 10.12.2009

2007	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
5 und 4 Sterne	25	14,7	2.017	33,5	80,7	338.399	35,8	168
3 Sterne	51	30,0	1.993	33,1	39,1	354.542	37,5	178
2 Sterne	26	15,3	709	11,8	27,3	95.148	10,1	134
1 Stern	12	7,1	250	4,1	20,8	27.712	2,9	111
Gewerblich gesamt	114	67,1	4.969	82,4	43,6	815.801	86,3	164
Camping	1	0,6	350	5,8	350,0	39.249	4,2	112
Privatvermieter	51	30,0	424	7,0	8,3	38.652	4,1	91
Ferienheime/Jugendherbergen	4	2,4	285	4,7	71,3	51.081	5,4	179
Gesamt	170	100,0	6.028	100,0	35,5	944.783	100,0	157

2008	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
5 und 4 Sterne	25	14,8	2.017	33,5	80,7	339.369	36,4	168
3 Sterne	52	30,8	2.053	34,1	39,5	354.025	38,0	172
2 Sterne	26	15,4	709	11,8	27,3	94.565	10,1	133
1 Stern	11	6,5	191	3,2	17,4	25.537	2,7	134
Gewerblich gesamt	114	67,5	4.970	82,5	43,6	813.496	87,2	164
Camping	1	0,6	350	5,8	350,0	36.475	3,9	104
Privatvermieter	50	29,6	417	6,9	8,3	34.263	3,7	82
Ferienheime/Jugendherbergen	4	2,4	285	4,7	71,3	48.396	5,2	170
Gesamt	169	100,0	6.022	100,0	35,6	932.630	100,0	155

2009	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
5 Sterne	2	1,2	328	5,5	164,0	50.379	5,3	154
4 Sterne	23	13,7	1.689	28,3	73,4	296.971	31,3	176
3 Sterne	51	30,4	2.012	33,8	39,5	364.802	38,5	181
2 Sterne	26	15,5	698	11,7	26,8	98.235	10,4	141
1 Stern	9	5,4	159	2,7	17,7	15.237	1,6	96
Gewerblich gesamt	111	66,1	4.886	82,0	44,0	825.624	87,1	169
Camping	1	0,6	350	5,9	350,0	36.316	3,8	104
Privatvermieter	52	31,0	437	7,3	8,4	35.695	3,8	82
Ferienheime/Jugendherbergen	4	2,4	285	4,8	71,3	50.653	5,3	178
Gesamt	168	100,0	5.958	100,0	35,5	948.288	100,0	159

2010	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
5 und 4 Sterne	25	14,9	2.041	33,7	81,6	369.611	36,8	181
3 Sterne	53	31,5	2.041	33,7	38,5	387.864	38,6	190
2 Sterne	23	13,7	657	10,8	28,6	100.386	10,0	153
1 Stern	9	5,4	159	2,6	17,7	16.587	1,7	104
Gewerblich gesamt	110	65,5	4.898	80,9	44,5	874.448	87,0	179
Camping	2	1,2	433	7,1	216,5	41.323	4,1	95
Privatvermieter	52	31,0	442	7,3	8,5	38.986	3,9	88
Ferienheime/Jugendherbergen	4	2,4	285	4,7	71,3	50.073	5,0	176
Gesamt	168	100,0	6.058	100,0	36,1	1.004.830	100,0	166

- Im Jahr 1987 gehörten 40,8 % (= 75 von 184) der gewerblichen Betriebe der 3-, 4- und 5-Stern-Kategorie an; im Jahr 2009 sind es 68,5 % (= 76 von 111 Betrieben) In anderen Worten: während es bei den 1- und 2-Sterne-Betrieben einen massiven Rückgang gab, ist die Anzahl der höher klassifizierten Betriebe im Wesentlichen gleich geblieben.
- Die durchschnittliche Betriebsgröße im gewerblichen Bereich lag zwischen 1987 und 2001 bei rund 40 Betten; zwischen 2001 und 2007 stieg diese auf ca. 44 Betten pro Betrieb an. Zurückzuführen dürfte diese Steigerung vor allem auch auf die Neueröffnung des Thermenhotels sein.
- Die höchsten Auslastungswerte werden in den höher klassifizierten Betrieben erreicht. Diese Gegebenheit ist südtirolweit zu beobachten und ist u.a. auf die besseren Nebeneinrichtungen über die diese Häuser verfügen und auf das professionelle Marketing zurückzuführen.

- Bezüglich der Auslastung ist noch darauf zu verweisen, dass Meran im Vergleich zu den umliegenden Dörfern mehr Businessgäste beherbergt, die die Zimmer meist einzeln belegen. Möchte man also einen entsprechenden Vergleich anstellen, müsste bei Meran ein entsprechender Doppelbelegfaktor der Zimmer berücksichtigt werden.

Grad der Bereittheit (Verhältnis Einwohner/Gästebetten):^{*)}

Jahr	Einwohner	Gästebetten	Verhältnis
1987	33.547	9.838	1:0,29
1997	33.947	6.176	1:0,18
2001	34.115	5.975	1:0,17
2007	36.811	6.028	1:0,16
2009	37.673	5.958	1:0,16
2010	38.229	6.058	1:0,16

- Aufgrund des Stadtcharakters von Meran ist der Grad der Bereittheit nur bedingt aussagekräftig. Zudem hat Meran einen starken Tagestourismus, der bei obiger Kennzahl nicht berücksichtigt wird. Trotzdem zeigt die Entwicklung dieser Kennzahl die eher abnehmende Bedeutung des Aufenthaltstourismus in Meran.
- Zum Vergleich:

Ort	Grad der Bereittheit
Meran	1:0,16
Südtirol	1:0,44
Schenna	1:1,92
Lana	1:0,34
Algund	1:0,67
Dorf Tirol	1:2,20
Naturns	1:0,55

Tourismusintensität (Nächtigungen pro Einwohner):

Jahr	Einwohner	Nächt.	Tourismusintensität
1987	33.547	1.217.116	36,2
1997	33.947	886.157	26,1
2001	34.115	848.708	24,9
2007	36.811	944.783	25,7
2009	37.673	948.288	25,2
2010	38.229	1.004.830	26,3

- Die Tourismusintensität liegt mit einem Wert von 26,3 unter dem Durchschnitt Südtirols (= ca. 55 Nächtigungen pro Einwohner).

^{*)} Vgl. Berner Studien für Freizeit und Tourismus 24 – Kennziffern einer harmonischen touristischen Entwicklung: Der Grad der Bereittheit zeigt an, welchen Anteil die ortsansässige Bevölkerung in touristischen Spitzenzeiten – also dann wenn alle Betten belegt sind – ausmacht. Es ist nämlich kaum bestritten, dass die negativen Auswirkungen im gesellschaftlichen Bereich bei fortgeschrittenem Tourismuswachstum tendenziell zunehmen. Als Warngrenze wird ein Verhältnis von 1:3 (Einwohner zu Betten) angegeben – Anmerkung: Es handelt sich dabei um schweizer Verhältnisse.

- Zum Vergleich:

Ort	Tourismusintensität (gerundet)
Meran	25
Südtirol	55
Schenna	350
Lana	40
Algund	90
Dorf Tirol	290
Naturns	170

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

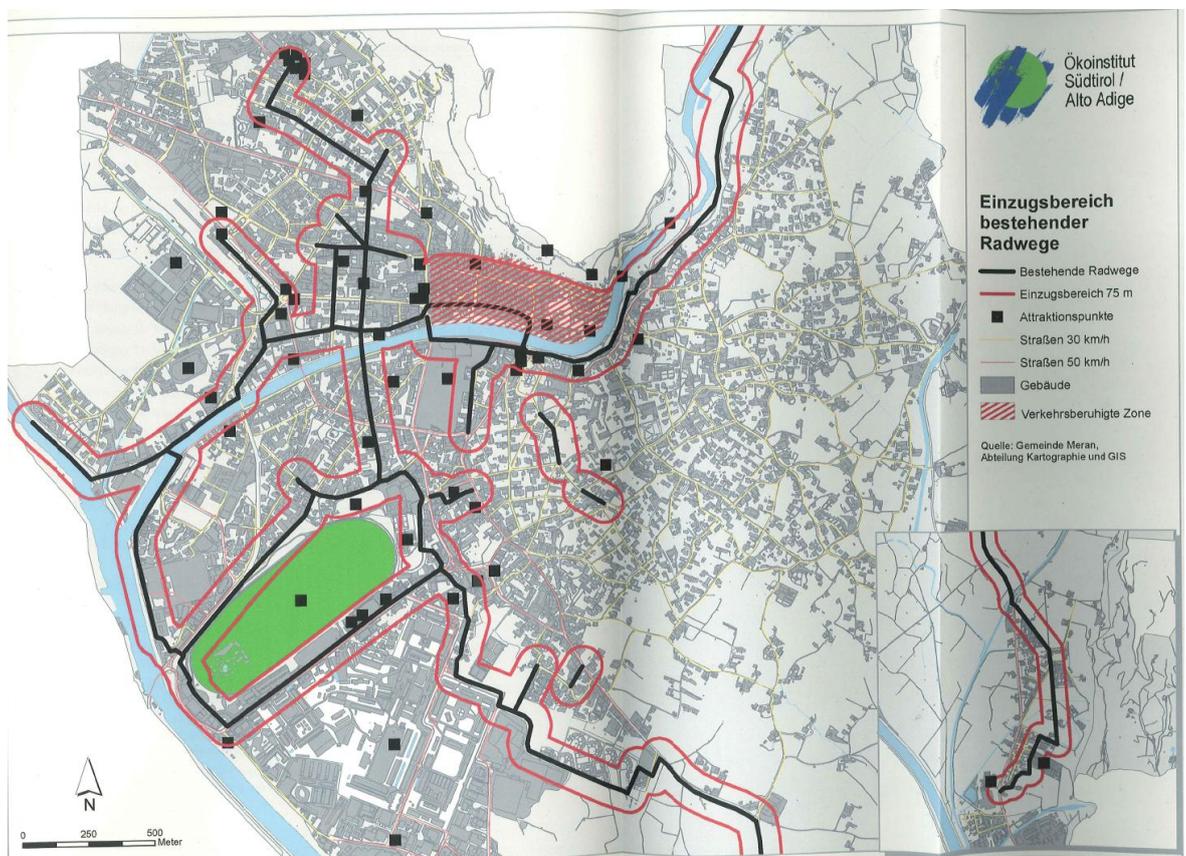
- Die touristische Entwicklung Merans ist geprägt von starken Betriebs- und Bettenrückgängen. Verfügte Meran im Jahr 1972 noch über ca. 12.500 Gästebetten, so sind es heute „nur“ mehr ca. 6.000 Betten; gab es im Jahr 1972 noch ca. 800 Vermieter, so sind es heute „nur“ noch ca. 170.
- Ein Hauptgrund für die negative Betriebs- und Bettenentwicklung dürfte daran liegen, dass sich Meran zu einem Verwaltungszentrum entwickelt hat, wo – wie in anderen Bezirksstädten auch – viele Hotelimmobilien vor allem im Zentrum und in Zentrumsnähe zu Verwaltungseinheiten, Banken, Geschäften etc. „umfunktioniert“ wurden (da diese mehr Rendite abwerfen).
- Die Entwicklung nach Kategorie zeigt eindeutig den Trend zur Qualität: während die Anzahl der 3-, 4- und 5-Sterne-Betriebe in den letzten 20 Jahren im Wesentlichen konstant geblieben ist, verringerte sich die Anzahl der 1- und 2-Sterne-Betriebe von 98 auf 32.
- Was die durchschnittliche Betriebsgröße angeht, liegt diese vor allem im 1-, 2- und 3-Sterne-Segment in einem „kritischen“ Bereich. Mit weniger als 40 Gästebetten ist es schwierig, dass ein Betrieb die wirtschaftliche Existenz einer Familie sichert und gleichzeitig genügend Eigenkapital aufbauen kann, um die notwendigen Erneuerungsinvestitionen zu tätigen.
- Unter diesem Gesichtspunkt ist es für Meran wichtig und notwendig, dass den Betrieben quantitative Entwicklungsmöglichkeiten durch Ausweisung von neuen Tourismuszonen eröffnet werden.
- Was die qualitative Einschätzung der Beherbergungsbetriebe angeht, ist einerseits auf die bestehenden Leitbetriebe, die familiäre Gästebetreuung und die Professionalität der Gastgeber zu verweisen und andererseits auf das teilweise (zu) niedrige Preisniveau, die teilweise veralteten Strukturen im 1-, 2- und 3-Sterne-Segment und die fallweise eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten u.a. weil die Betriebe in Wohngebieten „eingekesselt“ sind.
- Zukünftig ist damit zu rechnen, dass es in den niedrigen Kategorien zu weiteren Betriebsschließungen kommt, falls diese Betriebe nicht durch entsprechende Investitionen eine höhere Kategorisierung und auch eine wirtschaftlichere Betriebsgröße anstreben.

3.4. Freizeitinfrastrukturen

3.4.1. Radwege

Bezüglich Radwege gibt es einen „Masterplan Radmobilität Meran“ aus dem Jahr 2008. Bezüglich des innerstädtischen Radwegenetzes wird in diesem Masterplan auf folgende positive Gegebenheiten verwiesen:

- **30 km/h-Zonen:** Die meisten Wege mit dem Fahrrad werden in Meran auf Achsen im Mischverkehr mit dem motorisierten Verkehr geführt. Günstige Rahmenbedingungen für den Mischverkehr bestehen insofern, dass auf einem großen Teil der innerstädtischen Straßen eine Geschwindigkeitsbegrenzung von 30 km/h gilt.
- **Verkehrsberuhigtes Altstadtzentrum:** Das Altstadtzentrum ist verkehrsberuhigte Zone, was allgemein als sehr positiv bewertet ist. Nicht auf allen Straßen und Wegen der Altstadt ist das Rad fahren erlaubt (z.B. Lauben). Die Hauptachsen sind allerdings für die Radmobilität offen (Freiheitsstraße, Thermenplatz, Sparkassenstraße, Passeirer Tor). Rad fahren in verkehrsberuhigten Zonen ist attraktiver und sicherer als im Mischverkehr mit dem motorisierten Verkehr.
- **Zwei Hauptachsen:** Ansatzweise können zwei „Hauptachsen“, die durch das Stadtgebiet führen und wichtige Nord-Süd- bzw. Ost-West-Verbindungen für die Fahrradmobilität darstellen, identifiziert werden. Diese beiden „Achsen“ sind positiv zu bewerten, da sie erste Ansatzpunkte von Seiten der Gemeinde Meran darstellen, um die einzelnen Stadtquartiere untereinander mit Radwegen zu vernetzen.



3.4.2. Veranstaltungsräumlichkeiten

Folgende wesentlichen Veranstaltungsräumlichkeiten sind zu nennen (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Kurhaussaal und Pavillon des Fleurs
- Theater „Puccini“
- Kurmittelhaus (Ausstellungsräume + Kino- und Hörsaal)
- Kulturhaus KIMM
- Kulturhaus Cavourstraße
- Pfarrsaal St. Nikolaus

3.4.3. Freizeiteinrichtungen

Folgende wesentlichen Freizeiteinrichtungen sind zu nennen (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

Freizeiteinrichtungen	Betreut durch	Touristisch nutzbar: ja/nein
Eishalle	Meranarena GmbH	ja
Rockarena	Meranarena GmbH	ja
Hallenbad	Meranarena GmbH	ja
Lido	Meranarena GmbH	ja
Tenniszentrum	Meranarena GmbH	ja
Sinich ex Dopolavoro	Meranarena GmbH	ja
Thermen Meran	Thermen AG	ja
Pferderennplatz	Meranomaia	ja
Gärten von Schloss Trauttmansdorff	Versuchszentrum Laimburg	ja
Touriseum	Südt. Landesmuseum	ja
Combi Sportplatz	Gemeinde Meran	nein
Sportplatz Sinich	Gemeinde Meran	nein
Sportplatz an der Passermündung	Gemeinde Meran	nein
Sportplatz "Foro Boario"	Gemeinde Meran	auf Anfrage
Sportplatz "Lahn"	FC Obermais	nein
Parkanlagen		
Tappeinerweg, Promenade etc.	Gemeinde Meran	ja
Versch. Jugendzentren		nein
Kurmittelhaus Seniorenzentrum		nein
Kulturzentrum Cavourstraße	Gemeinde Meran	ja
Kulturhaus KIMM		
Kunst Meran	Verein	ja

Frequenzen in den „Bädern“ 2009 und 2010:

Bad	Besucherzahlen 2009	Besucherzahlen 2010
Therme Meran	386.975	398.626***
Lido Meran	95.418*	78.002
Hallenbad Meranarena	69.999**	65.447

* davon 2009 14.700 und 2010 14.850 Athleten

** davon 2009 43.000 und 2010 43.100 Athleten

*** ohne Kinder unter 3 Jahren

3.4.4. Aufstiegsanlagen

Bezüglich Aufstiegsanlagen sind zu erwähnen:

- Seilbahn Meran 2000 wurde Ende 2010 neu eröffnet
- Sessellift nach Dorf Tirol

Zum Schigebiet Meran 2000:

Art der Aufstiegsanlage	Höhendifferenz in m	Länge in m	Max. Beförderungskapazität pro Stunde
Sessellifte:			
- 1 S. Kesselberglift	295	1.727	1.200
- 1. S. Wallpach	235	906	1.028
- 1 S. Piffing	146	1.450	1.800
- 1. S. St. Oswald	346	1.350	1.800
- 1. S. Mittagter	290	1.256	1.200
Kabinenumlaufbahnen:			
- Falzeben - Piffing	275	1.650	2.000
Pendelbahnen (Gondel):			
- Seilbahn Meran - Meran 2000*	1.240	3.800	450
Gesamt	2.827	12.139	9.478

* Nach Fertigstellung des Neubaus Ende 2010 wird die Beförderungskapazität verdoppelt

- Daten zum Schigebiet:
 - Pistenfläche: 39 ha
 - Schwierigkeitsgrad der Pisten:
 - schwarze Pisten: 6,25 %
 - rote Pisten: 62,50 %
 - blaue Pisten: 31,25 %
 - Beschneigungsgrad der Pistenfläche: 100 %
 - Pistenkilometer: 40 km
 - Anzahl der beförderten Personen:

	2006	2007	2008
Winter:			
Anzahl der beförderten Personen	1.114.560	1.217.357	1.321.523
Erstzutritte	434.939	445.972	451.150
Sommer			
Anzahl der beförderten Personen	206.574	214.836	225.578

- Die Anzahl der beförderten Personen ist in den letzten drei Jahren sowohl in Sommer als auch im Winter angestiegen: + 18,6 % im Winter und + 9,2 % im Sommer. In den ersten 8 Monaten des laufenden Jahres wurde ein erneuter Zuwachs von ca. 15 % verzeichnet.
- Bei den Erstzutritten gab es im Winter ein Plus von ca. 3,7 %.

- An der hohen Anzahl der Erstzutritte (zwischen 35 und 36 %) ist ersichtlich, dass Meran 2000 auch von vielen Nicht-Schifahrern besucht wird – in anderen Schigebieten liegt der prozentuelle Anteil an Erstzutritten im Vergleich zur Anzahl der beförderten Personen bei rund 10 %.
- Schischule und Schilehrer:

Schischule	Anzahl der Schilehrer (von/bis)
Skischule Meran 2000	ca. 15
- Besondere Einrichtungen im Schigebiet:
 - Schienenrodelbahn „Alpin Bob“ (ganzjährig nutzbar)

3.4.5. Spielplätze

Spielplatz	Fläche in m ²
Maria Aufnahme	1.196
Zuegg Park	11.907
Maiser Park	1.688
Sommerpromenade/Sissi Park	507
Meinhardstraße	746
Maria Trost	2.263
Passerpromenade	450
Siegesplatz	4.049
Lazzeri-Park	4.314
Rosegger-Park	2.533
Texelpark	16.032
"Cilla"	691
Fermi-Straße	2.746
Schießstandstraße	1.135
Meranarena	448
Bahnhofspark	891
Tappeinerweg	216
Sankt-Vigil-Platz	344
Gesamt	52.156

3.4.6. Wichtige Investitionsvorhaben der Gemeinde im Bereich Freizeiteinrichtungen

- Erweiterung Combi-Sportplatz (Sanierung Tribüne und Ausbau Freifläche)
- Pferderennplatz – Ideenwettbewerb
- Flussraumgestaltung „Passer“

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

- Meran verfügt über eine Reihe von imageprägenden Freizeiteinrichtungen auf internationalem Niveau.
- Daneben kann auch das insgesamt vielfältige Angebot in den Bereichen Kultur, Wohlbefinden/Sport und Genuss als qualitativ hochwertig bezeichnet werden.
- Zukünftig wird es darum gehen, die vielen attraktiven Veranstaltungen und Einrichtungen optimal zu koordinieren und diese touristisch besser zu nutzen.
- Ein Ziel ist und bleibt die Entwicklung des Pferderennplatzes. Es besteht kein Zweifel, dass die Sanierung des Pferderennplatzes für die Stadtentwicklung im Allgemeinen und für die Tourismusentwicklung im Speziellen einen wichtigen Meilenstein darstellen würde.
- Meran verfügt mit seiner Bekanntheit und Historie aber auch mit den vorhandenen Strukturen an Veranstaltungsräumlichkeiten über ein hohes Potenzial im Kongress- und Tagungstourismus. Nachteilig wirkt sich diesbezüglich oft aus, dass es zu wenig größere Hoteleinheiten gibt (die Teilnehmer müssen somit auf mehrere bzw. viele kleinere Beherbergungsbetriebe „aufgeteilt“ werden).

3.5. Wichtige Investitionsvorhaben

Nachfolgend eine Auflistung von wichtigen Investitionsvorhaben der Gemeinde Meran in den nächsten Jahren (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Gestaltung der Sparkassenstraße zwischen Lauben und Gemeindegebäude
- Verlängerung der Gilfpromenade
- Gestaltung Dantestraße/Brunnenplatz
- Sanierung Stadtmuseum
- Erweiterung Kindergarten Sinich
- Musikschule Schweizer
- Zivilschutzzentrum
- Feuerwehrhalle Labers
- Feuerwehrhalle Sinich
- Abbruch Bauhof
- Errichtung Dienstleistungszentrum (E-Werk, Stadtwerke, Gemeinde Bauhof)

3.6. Die Kurverwaltung von Meran^{*)}

KURVERWALTUNG

Die Kurverwaltung wurde im Jahr 1855 gegründet. Sie gilt, nach Karlsbad, als zweitälteste Kurverwaltung Europas.

Die Kurverwaltung zählt 15 Mitarbeiter. Die Hauptaufgaben der Kurverwaltung sind die Betreuung des Gastes und die Organisation von Veranstaltungen. Außerdem führt die Kurverwaltung den Meraner Campingplatz. Auf dem Campingplatz arbeiten 4 weitere Mitarbeiter.

Kurverwaltung Meran

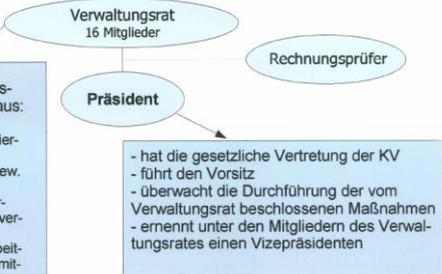


Kurverwaltung
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo

ORGANE DER KURVERWALTUNG

Wird mit Beschluß des Landes- schusses ernannt u. besteht aus:

- a) fünf Vertretern des Südt. Hotelier- u. Gastwirteverbandes
- b) zwei Vertretern der nicht gastgew. Berherbergungsbetriebe
- c) einem Vertreter des Landesverbandes der Handels- u. Fremdenverkehrs-betriebe Bozen
- d) zwei beruflich qualifizierten Arbeit-nehmern am Fremdenverkehr unmit- telbar interessierter Betriebe
- e) dem Bürgermeister der Gemeinde oder einem von ihm beauftragten Gemeindeassessor
- f) einem bis fünf von der Landesregie- rung namhaft gemachten Fachleuten.



```

graph TD
    VR[Verwaltungsrat  
16 Mitglieder] --- RP[Rechnungsprüfer]
    VR --- PR[Präsident]
    PR --- KV["- hat die gesetzliche Vertretung der KV  
- führt den Vorsitz  
- überwacht die Durchführung der vom  
Verwaltungsrat beschlossenen Maßnahmen  
- ernennt unter den Mitgliedern des Verwal-  
tungsrates einen Vizepräsidenten"]
          
```

Kurverwaltung Meran



Kurverwaltung
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo

KOMPETENZEN DER KURVERWALTUNG

Die Kurverwaltung Meran ist eine Körperschaft öffentlichen Rechts mit Selbstverwaltung und untersteht der Aufsicht durch den Landesausschuß.

Die Aufgaben der Kurverwaltung sind:

- die Einrichtung von Informations- und Betreuungsdienste für den Fremdenverkehr;
- die Schaffung und Verbesserung von Einrichtungen und Diensten im vorwiegenden Interesse des Fremdenverkehrs;
- die Förderung, Durchführung und Koordinierung von Veranstaltungen;
- die Wahrung und Aufwertung der landschaftlichen, künstlerischen und geschichtlichen Werte;
- die Werbung zur Bekanntmachung des Gebietes, auch in Zusammenarbeit mit anderen Verkehrsverwaltungen, Verkehrsverbänden und Verkehrsvereinen des Bereiches; 
- die Durchführung statistischer Erhebungen über Nächtigungen in gastgewerblichen und nicht gastgewerblichen Betrieben.

Kurverwaltung Meran



Kurverwaltung
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo

^{*)} Quelle: Kurverwaltung Meran

4. DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES AUFENTHALTSTOURISMUS IN MERAN

Nachfolgend wird die wirtschaftliche Bedeutung des **Aufenthaltstourismus** in Meran stark vereinfacht dargestellt.

Umsatz des Aufenthaltstourismus:

Lt. einer Studie von EURAC und ASTAT liegen die durchschnittlichen Tagesausgaben eines Südtirol-Gastes bei € 105,- im Sommer und bei € 140,- im Winter (Basisjahr 2008).

Die Arbeitsgruppe schätzt die täglichen Ausgaben der Aufenthaltsgäste von Meran aufgrund der im Vergleich zu anderen Tourismusgemeinden hohen Anzahl an 3-, 4- und 5-Sterne-Betrieben auf € 140,-.

Nächtigungen 2010: ca. 1.000.000 x € 140,- = ca. € 140,0 Mio.

Dieser Umsatz verteilt sich wie folgt:^{*)}

• 68 % Beherbergung und Gastronomie =	€ 95,2 Mio.
• 20% Shopping =	€ 28,0 Mio.
• 12 % Kultur – Sport – Mobilität =	€ 16,8 Mio.
• 100 %	= € 140,0 Mio.

Fazit: *Der Tourismus hat einen starken wirtschaftlichen Ausstrahlungseffekt auf andere Wirtschaftsbereiche: ca. 2/3 der Ausgaben der Aufenthaltsgäste fließen den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben zu, vom restlichen Drittel profitieren andere Branchen in Meran und darüber hinaus.*

Der Tourismus schafft Einkommen:

Die Wertschöpfung des Tourismus in Meran ergibt sich aus dem Differenzbetrag zwischen den Ausgaben der Touristen und den Aufwendungen der Betriebe für die zu tätigen Investitionen und Vorleistungen an Güter und Dienstleistungen inklusive Steuern. Laut verschiedenen Untersuchungen kann man davon ausgehen, dass 40 – 45 % des touristischen Umsatzes, also

€ 56,0 – 63,0 Mio. als direktes Einkommen

in Meran verbleiben.

Die Multiplikatorwirkung

Jede Nachfrage setzt einen Multiplikatorprozess in Gang, d.h. man berücksichtigt, dass der Aufenthaltstourismus für seine Produktion weitere Vorleistungen braucht.

Aufgrund verschiedener Untersuchungen liegt dieser Wert für den Tourismus bei ca. 1,4 – 1,5. Überträgt man diesen Wert auf die oben errechneten Zahlen, so werden durch die Aufenthaltsgäste in Meran

Gesamtumsätze von € 196,0 – 210,0 Mio. erzielt.

Der Tagestourismus

Über die Größenordnung des Tagestourismus, sowie über das Ausgabeverhalten der Tagesgäste gibt es keine Untersuchungen und Annäherungswerte. Es soll hier ausdrücklich festgehalten werden, dass der Tagestourismus einen wichtigen wirtschaftlichen Stellenwert einnimmt, der aber quantitativ nicht eingeschätzt werden kann.

^{*)} Quelle: SMG Info – Oktober 2009

5. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN/SCHWÄCHEN UND CHANCEN/RISIKEN)

5.1. Touristisches Umfeld: Raumordnung – Siedlungsentwicklung – Verkehr – Ökologie – Gemeindeinfrastrukturen

STRENGTHS

Stärken

- Die natürlichen Gegebenheiten: geografische Lage, Klima, Landschaft etc.
- Die zwei Kulturen, die sich gegenseitig befruchten
- Die langsame städtebauliche Entwicklung (seit 1850)
- Das Flair von Meran – Meran als lebenswerte Stadt: Grünanlagen, Meran als Gartenstadt, Sauberkeit, Sicherheit
- Das gut entwickelte öffentliche Verkehrssystem
- Die guten Straßenanbindungen
- Das Radwegenetz
- Die Nähe zu wichtigen Kulturstädten (Verona, Venedig etc.)
- Das Parkleit-System

WEAKNESSES

Schwächen

- Die Verkehrsbelastung
- Die baulich unkoordinierte Entwicklung: zu wenig Sensibilität beim Erhalt historischer Bauten und deren Zweckbindung, relativ niedrige bauliche Qualität etc.
- Der verbesserungswürdige „arredo urbano“
- Es gibt kein einheitliches Verkehrsleit- und Parkleitsystem
- Die Pflege und die Aufmerksamkeit in den Kleinigkeiten (Erscheinungsbild, Straßen, Farbgebung von Fassaden etc.)
- Die Beschilderung der Sehenswürdigkeiten
- Die Vernachlässigung der Hinterhöfe und der Querverbindungen ins Zentrum
- Die zu kleine Fußgängerzone
- Die Nord-West-Umfahrung

OPPORTUNITIES

Chancen

- Den urbanen Charakter von Meran noch besser hervorheben und touristisch nutzen
- Das besondere Klima besser hervorheben
- Das Thema „Architektur“ in Meran weiterschreiben
- Eine weitere Verkehrsentlastung
- Eine noch effizientere öffentliche Verwaltung
- Eine professionelle Gestaltung/ Inszenierung der Stadt
- Die Erweiterung der Fußgängerzone
- Die Integration des Steinachviertels
- Die Errichtung einer Umlaufbahn Meran-Tirol-Schenna
- Die Verschönerung der Stadteinfahrten

THREATS

Risiken

- Meran verliert sein Flair durch eine gesichtslose Verstädterung
- Die Gestaltung der Fassaden (weil nicht dem Leitbild von Meran entsprechend)
- Die städtebaulichen Veränderungen durch neue Viertel (z.B. Bahnhofsviertel) und damit die Gefährdung der Ausrichtung als Gartenstadt

5.2. Beherbergungsbetriebe

STRENGTHS

Stärken

- Die ausgezeichneten Beherbergungsbetriebe – Meran hat mehrere Leitbetriebe
- Die Professionalität, die Offenheit und die Flexibilität der Unternehmer
- Die familiäre Gästebetreuung
- Die angemessenen Größen der Häuser (Dimension)
- Die räumliche Verteilung der Betriebe in der Stadt
- Das vielfältige Angebot – alle Kategorien sind vertreten
- Die gute Wellness-Ausstattung vieler Betriebe
- Die gute Ausbildung der Jungunternehmer u.a. durch die Fachschulen vor Ort
- Es gibt keine internationalen Hotelketten
- Die geringere Krisenanfälligkeit wegen der Kleinstrukturiertheit der Betriebe

WEAKNESSES

Schwächen

- Das zu niedrige Preis-/Leistungsverhältnis
- Teilweise die Bettenkapazität – in Bezug auf die Rentabilität
- Die hohen Fixkosten (behindern auch längere Öffnungszeiten)
- Die nach wie vor (zu) starke Saisonalmentalität (obwohl Meran eine Ganzjahresdestination ist)
- Teilweise die Entwicklungsmöglichkeiten der Betriebe (Betriebe sind in Wohnbereichen „eingekesselt“)
- Die verbesserungswürdige Professionalität: Sprachkompetenz, betriebswirtschaftliche Kompetenz, Zusammenarbeit etc.
- Zu wenig einheimische Mitarbeiter
- Die fallweise veralteten Strukturen im 2- und 3-Sterne-Segment mit mittelmäßiger Gastronomie
- Die schwierige Koordination der Betriebe bei Großveranstaltungen (z.B. Kongresse)
- Das Fehlen internationaler Hotelketten
- In der Hotelküche wird das Thema „Regionalität“ noch zu wenig „gespielt“
- Die Professionalität der Mitarbeiter vor allem im Spa-Bereich

OPPORTUNITIES

Chancen

- Die Stärkung des Regionalitätsbewusstseins
- Meran als Ganzjahresdestination besser nutzen
- Eine bessere Zusammenarbeit generell
- Mehr spezialisierte Hotels (Themenhotels, Null-Energie-Hotels etc.)
- Die Ausweitung von Aktionen wie z.B. Ski-Safari

THREATS

Risiken

- Verkauf über dem Preis
- Die teilweise überbordenden Kosten
- Verlust/Minderung des südtiroler Lebensstils durch zu viele ausländische Mitarbeiter
- Qualitätsverlust durch zu viel Masse

5.3. Sport- und Freizeiteinrichtungen

STRENGTHS

Stärken

- Die starken imageprägenden Freizeiteinrichtungen: die Gärten von Schloss Trauttmansdorff, die Therme, der Pferderennplatz, das Ski- und Wandergebiet Meran 2000, Meranarena, die Golfmöglichkeiten in der Umgebung (diese Freizeiteinrichtungen haben internationales Niveau und stellen ein Alleinstellungsmerkmal dar)
- Die Promenaden und Spazierwege
- Das vielfältige kulturelle Angebot: Musik, Kunst, Museen, traditionelle und folklorische Veranstaltungen
- Das insgesamt vielfältige Angebot in den Bereichen: Wohlbefinden/Sport, Kultur und Genuss
- Das kulturelle Angebot vor allem in Richtung Musik (Meraner Musikwochen etc.)
- Die Nähe zu anderen wichtigen Einrichtungen wie z.B. Schloss Tirol, Messners Mountain Museum, Archäologiemuseum etc.

WEAKNESSES

Schwächen

- Sanierungsbedürftige Freizeiteinrichtungen wie z.B. der Pferderennplatz und der Combi-Sportplatz
- Es gibt keine zentrale Infostelle für Freizeit- und Kulturangebote bzw. für den Kartenvorverkauf
- Es gibt keine klare Prioritätenreihung („Nicht Fisch und nicht Fleisch!“)
- Die verbesserungswürdige Vermarktung der Einrichtungen und der Veranstaltungen

OPPORTUNITIES

Chancen

- Optimale Nutzung dessen was da ist
- Bessere Koordination der Einrichtungen und Veranstaltungen
- Die Erreichbarkeit der einzelnen Strukturen durch alternative Verkehrsmittel
- Eine verstärkte touristische Entwicklung/Nutzung des Pferderennplatzes z.B. durch Polo etc.
- Eine effizientere Zusammenarbeit der Freizeiteinrichtungen mit den Betrieben

THREATS

Risiken

- Durch eine zu geringe Zusammenarbeit der Freizeiteinrichtungen werden die Potenziale nicht genutzt
- Dass beim Pferderennplatz nichts bzw. nicht viel passiert

5.4. Touristische Organisation: Kurverwaltung – Image – Bekanntheit – Marke – Marketing (nach innen und nach außen)

STRENGTHS

Stärken

- Der hohe Bekanntheitsgrad von Meran
- Die gute Tourismusgesinnung (gute touristische Akzeptanz bei den Einheimischen)
- Die historischen Attribute (die wieder mehr gefragt sind)
- Meran als trendige und moderne Tourismusdestination
- Das kontrastreiche Angebot
- Die effiziente Vermarktung
- Die flexible und schnellen Umsetzungsmöglichkeiten
- Das mediterrane Flair inmitten der Alpen
- „Sud per il Nord – Nord per il Sud“ (Meran ist Süden für unsere nördlichen Nachbarn und Norden für die Italiener)
- Die gute Verteilung der Aufgaben zwischen den Akteuren
- Meran ist das touristische „Zugpferd“ für die westliche Landeshälfte

WEAKNESSES

Schwächen

- Die verbesserungswürdige Zusammenarbeit in der Stadt und die verbesserungswürdige Vernetzung mit den umliegenden Dörfern
- Das teilweise noch leicht „verstaubte“ Image von Meran
- Das touristische Potenzial wird zu wenig ausgeschöpft
- Es fehlt ein Kompetenz- und Entscheidungszentrum
- Die nicht ausreichenden finanziellen Ressourcen
- Zu wenig koordiniertes Marketing
- „Kur“ hat ein eher altes Image (krank, alt)
- Die ungenügende Identifikation der Meraner mit der Tourismusdestination Meran
- Die kaum vorhandene finanzielle Unterstützung der benachbarten Tourismusgemeinden

OPPORTUNITIES

Chancen

- Eine bessere Zusammenarbeit und Vermarktung
- Die Erarbeitung einer klaren Profilierung für Meran
- Die Entwicklung des Kongress- und Tagungstourismus
- Eine effizientere Verteilung der Aufgaben auf die verschiedenen Akteure
- Eine weitere Entpolitisierung der Verwaltung
- Eine stärkere Kommunikation der vorhandenen Stärken und eine „konzentriertere“ Bewerbung der Stadt (gemeinsame Werbeauftritte etc.)

THREATS

Risiken

- Ein abnehmende Freundlichkeit
- Ein zu starker Tagestourismus (Meran wird vom Tagestourismus überrollt)
- Dass die touristische Ausrichtung der Stadt an Bedeutung verliert bzw. verloren geht

5.5. Gastronomie und Shopping

STRENGTHS

Stärken

- Die Qualität des gastronomischen Angebots
- Die gastronomischen Leitbetriebe u.a. zwei Betriebe mit einem Michelin-Stern
- Das gute und vielfältige Shopperlebnis
- Die Kleinstrukturiertheit der Betriebe, die auch eine Differenzierung zu anderen Orten garantiert
- Die persönliche Betreuung der Gäste
- Das Innenstadtfilair: die Lauben, der historische Stadtkern etc.
- Die Kombination „Shopping & Kultur“
- Die klar definierten Shoppingbereiche
- „Handelsketten“ als Anziehungspunkte
- Die typischen und authentischen Geschäfte und Lokale
- Das Thema „Wein“

WEAKNESSES

Schwächen

- Das quantitativ unzureichende gastronomische Angebot vor allem am Abend sowie an Sonn- und Feiertagen
- Das gastronomische Angebot im Zentrum: Qualität, Design (Auftreten), Auswahl, Öffnungszeiten
- Die Flexibilität und das mangelnde Zusammenspiel bei den Öffnungszeiten (auch Ruhetage) in der Gastronomie
- Das fehlende Innenstadtleben am Sonntag (kein Weekend-Shopping)
- Kaum einheimische Mitarbeiter in der Gastronomie
- Die mangelnde Sprachkompetenz vieler Mitarbeiter
- Die (zu) vielen Werbeverkäufe (Verkauf unter dem Preis)

OPPORTUNITIES

Chancen

- Die Themen „Wein“ und „Genuss“ im Zentrum sichtbar und spürbar machen
- Das Einkaufserlebnis am Wochenende forcieren
- Die traditionelle Küche hochwertig anbieten
- Eine Erweiterung der Fußgängerzone
- Die Weiterentwicklung der südtiroler Gerichte und die Integration der italienischen Küche

THREATS

Risiken

- Ein noch stärkeres Verdrängen der privaten Boutiquen/Geschäfte (Meran wird so wie alle anderen auch)
- Die unzureichende Werterkennung (Man ist zu wenig stolz auf das, was da ist!)
- Meran bietet ein austauschbares/ identitätsloses Shopping

6. PROFILIERUNG VON MERAN*)

Die von der Kurverwaltung gemeinsam mit der MGM formulierten Profilierungssätze werden für das Tourismusentwicklungskonzept übernommen.



PROFILIERUNGSPAPIER

Folgendes Profilierungspapier wurde von der Kurverwaltung in Zusammenarbeit mit der MGM erarbeitet:

Stichworte zum Thema Nr. 1: Klima und Landschaft

Ganzjährig mildes Klima, Pflanzenvielfalt, Gartenstadt, Gärten von Schloss Trauttmansdorff, Promenaden, Tappeinerweg, Palmen und Zypressen, Nähe zu den Bergen, Waalwege.

Meran liegt auf 300m ü.d.M. in einem Talkessel und ist umgeben von Bergen bis zu 3000m. Durch ein ganzjährig mildes Klima und die Nähe zu den Bergen blühen in Meran eine Vielzahl von unterschiedlichen Pflanzen. In der Gartenstadt zieren Zypressen und Palmen den Tappeinerweg oder die Promenaden. Die Winter- und die Sommerpromenade liegen am Fluss Passer, der durch das historische Stadtzentrum fließt. Die botanischen Gärten von Schloss Trauttmansdorff zählen zu den schönsten in Europa und liegen um das gleichnamige Schloss, einst Winterdomizil der Kaiserin Sissi.





Kurverwaltung Meran



*) Quelle: MGM

PROFILIERUNGSPAPIER

Stichworte zum Thema Nr. 2: mondäner Lebensstil

Kunst, Kultur, historische Bedeutung des Tourismus, Jugendstil, Villen und Anitze, mondänes Flair im Kontrast zum alpinen Lebensstil der Umgebung, Architektur der zwanziger und dreißiger Jahre, Laubengassen, Altstadt, prominente Gäste, Zweisprachigkeit, Stadthotels, Pferderennen.

Die historische Bedeutung des Tourismus prägt noch heute die Meraner Kultur und Architektur. Jugendstil – Villen reihen sich an bürgerliche Anitze aus den zwanziger und dreißiger Jahren und sind Zeitzeugen des noch heute erlebbaren mondänen Flairs der zweisprachigen Kurstadt, das im Kontrast zum alpinen Lebensstil in der Umgebung steht. Die Laubengasse und die Altstadt sind ein beliebter Treffpunkt für die Meraner Bürger und bieten zahlreiche Einkaufserlebnisse.



Kurverwaltung Meran



Merano
Kurverwaltung
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo

PROFILIERUNGSPAPIER

Stichworte zum Thema Nr. 3: Gesundheit und Genuss

Traubenfest, Therme Meran, Musikveranstaltungen, WineFestival, Gastronomiekultur, Traubenkur, Gesundheit, Kur, Kongresse, Stadtcafés, Brauerei Forst.

Merans Kurgeschichte ist auch heute noch spürbar: die Therme Meran sind nicht nur architektonisch ein Highlight der Stadt. Die Gäste kommen nach Meran, um sich zu erholen und das Luxusgut Gesundheit zu pflegen. Prominente Gäste erholen sich unter anderem bei einer traditionellen Traubenkur. Das Traubenfest im Herbst ist über die Grenzen hinaus bekannt und reiht sich an zahlreiche Veranstaltungen im Genussbereich: Meraner Musikwochen, Merano Internationals Winefestival. Die zahlreichen Stadtcafés laden ein, das mediterrane Flair der Stadt zu genießen.



Merano
Kurverwaltung
Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo

7. ZIELSETZUNGEN UND ERSTE MASSNAHMEN

Aufgrund der Bestandsaufnahme und der SWOT-Analyse werden nachfolgend erste Ziele und Maßnahmen definiert. Soweit die Zuständigkeit für die Umsetzung klar ist, wurde diese in Klammer vermerkt.

7.1. Touristisches Umfeld

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
⊕ Eine attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes	<ul style="list-style-type: none"> • Die öffentlichen Grünflächen sollen so gestaltet werden, dass diese als beispielhaft empfunden und gesehen werden (<i>Gemeinde</i>) • Verschönerung der Stadteinfahrten (<i>Gemeinde</i>)
⊕ Eine weitere Verbesserung des fließenden und ruhenden Verkehrs	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines einheitlichen Verkehrs- und Parkleitsystems (<i>Gemeinde</i>) • Ausarbeitung eines Konzepts für Fahrradabstellplätze in Zentrumsnähe (<i>Gemeinde</i>) • Errichtung der Cavernengarage (<i>Gemeinde</i>) • Prüfen, ob eine Erweiterung der Fußgängerzone in Richtung Freiheitsstraße sinnvoll ist (<i>Gemeinde</i>) • Ausarbeitung einer Machbarkeitsstudie für die Errichtung einer Umlaufbahn: „Meran-Dorf Tirol-Schna“ (<i>Land</i>) • Das bereits funktionierende öffentliche Verkehrssystem weiter optimieren z.B. durch die Verlängerung der Busfahrten am Abend (<i>Gemeinde und Land</i>) • Die Verwirklichung der Nord-West-Umfahrung (<i>Gemeinde und Land</i>)
⊕ Eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung touristischer Belange (siehe Profilierung) bei der Ausweisung neuer Stadtviertel (<i>Gemeinde</i>) • Ausarbeitung von konkreten Maßnahmen, um den „arredo urbano“ zu verbessern (<i>Gemeinde</i>) • Bewusst den „Kleinigkeiten“ (Erscheinungsbild, Fassaden, Straßen etc.) mehr Aufmerksamkeit schenken (<i>Gemeinde, Kurverwaltung, Kaufleute etc.</i>) • Sensibilisierung der Bevölkerung in diese Richtung z.B. durch einen Fotowettbewerb (<i>Gemeinde und Kurverwaltung auch gemeinsam mit Schulen</i>)

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
<p>⊕ Eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Beschilderung vor allem zu den Sehenswürdigkeiten • Die „Inszenierung“ der Stadt verbessern: Gesamtkonzept, Verbesserung in einzelnen Bereichen z.B. Steinachviertel (<i>Gemeinde</i>) • Motivation des Bauherrn zu einem qualitativ hochwertigeren Bauen
<p>⊕ Weitere Maßnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zusätzlich zu den bereits bestehenden Luft- und Lärmverordnungen soll der HGV-Vorschlag zur Lärmreduzierung geprüft werden (<i>Gemeinde</i>) • Auseinandersetzung und Definition von Maßnahmen wie man mit den sozialen Randgruppen umgehen soll

7.2. Beherbergungsbetriebe

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
<p>⊕ Ermöglichung von Entwicklungsspielräumen für die gewerblichen Beherbergungsbetriebe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Genehmigung des vorliegenden Tourismusentwicklungskonzeptes mit verbindlichen Kriterien für die Ausweisung von Tourismuszonen (<i>Gemeinde</i>)
<p>⊕ Bessere Zusammenarbeit unter den Tourismustreibenden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Koordination bei Großveranstaltungen (<i>HGV und Kurverwaltung</i>) • Gemeinsames Aus- und Weiterbildungsprogramm für Unternehmer und Mitarbeiter, um die Schwachstellen in den Bereichen Professionalität, Sprachkompetenz etc. zu vermindern (<i>Kurverwaltung und HGV</i>) • Mehr gemeinsame Aktionen vor allem in der Produktentwicklung (<i>HGV</i>) • Gemeinsamer Kampf gegen das Preisdumping durch Informations- und Aufklärungskampagnen (<i>HGV und Kurverwaltung</i>) • Ausarbeitung und Umsetzung eines Projektes Ganzjahresdestination Meran (<i>Kurverwaltung</i>) • Organisation von Mitarbeiterinfo-Treffs auf Gemeindeebene, wo die Mitarbeiter über wesentliche Punkte in der Stadt und Umgebung informiert werden (<i>Gemeinde, HGV, Kurverwaltung, Freizeiteinrichtungen</i>)
<p>⊕ Eine Stärkung des Regionalbewusstseins</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verstärkter Einsatz regionaler Produkte bei der Einrichtung und im F&B-Bereich (Küche & Keller) – (<i>HGV</i>) • Den Gästen das Besondere von Meran vermitteln (<i>Beherbergungsbetriebe</i>) • Das Thema „Wein“ wesentlich verstärken

7.3. Sport- und Freizeiteinrichtungen

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
<p>⊕ Die Top-Sport- und Freizeiteinrichtungen noch besser nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Vermarktung dieser Highlights der Stadt Meran optimieren; auch durch eine noch bessere Zusammenarbeit untereinander • Prüfung ob eine zentrale Infostelle für alle Sport-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen mit Kartenvorverkauf sinnvoll wäre und wo eine solche Stelle angesiedelt werden könnte (<i>Freizeiteinrichtungen</i>) • Die Zusammenarbeit zwischen touristischen Betrieben und Freizeiteinrichtungen weiter ausbauen z.B. durch Partnerprogramme (<i>Betriebe und Freizeiteinrichtungen</i>)
<p>⊕ Gewisse Freizeiteinrichtungen sanieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Den Pferderennplatz so attraktiv um- und ausbauen, dass er auch zu einem touristischen Highlight wird (<i>Meran Mais AG und andere</i>) • Der Combi-Sportplatz soll demnächst saniert werden (<i>Gemeinde</i>)

7.4. Touristische Organisation

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
<p>⊕ Eine bessere Zusammenarbeit zwischen allen Akteuren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einsetzung einer Arbeitsgruppe, die sich um eine bessere Zusammenarbeit der touristischen und nicht-touristischen Akteure im Meran bemüht (<i>Kurverwaltung</i>) • „Task-Force-Vernetzung“ mit den Nachbargemeinden um die Frage zu bearbeiten: Wie erreichen wir eine optimale Zusammenarbeit mit den Nachbargemeinden auf politischer, kultureller und touristischer Ebene? (<i>Gemeinde und Bezirksgemeinschaft</i>) • Für touristische Anliegen gilt es ein starkes Kompetenz- und Entscheidungszentrum zu entwickeln (<i>Kurverwaltung</i>)
<p>⊕ Dem Thema „Gesundheit“ eine hohe Priorität einräumen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Das in Ausarbeitung befindliche Konzept soll von allen involvierten Organisationen genehmigt und in der Folge konkret in die Umsetzung geführt werden (<i>Arbeitsgruppe</i>)
<p>⊕ Sensibilisierung der öffentlich Beschäftigten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durch regelmäßige Informationen und Weiterbildungsveranstaltungen sollen jene Personen, die im öffentlichen Bereich beschäftigt sind und Gästekontakt haben, auf die Bedürfnisse und Probleme der Gäste geschult werden (<i>Kurverwaltung</i>)
<p>⊕ Marketing nach innen – um die Tourismusgesinnung zu verbessern</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismus ist ein typisches Querschnittphänomen – Tourismus geht in diesem Sinne fast jeden Meraner und jede Meranerin an (als direkt und indirekt Betroffene). Durch eine Informations- und Aufklärungskampagne (z.B. 1 – 2 Aktionen pro Jahr) soll das Phänomen Tourismus in Meran mit allen Licht- und Schattenseiten dargestellt werden mit dem Ziel eine sachliche und fruchtbare Diskussion zu initiieren (<i>Kurverwaltung</i>)
<p>⊕ Meran als trendige und moderne Tourismusdestination präsentieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Meran hat das verstaubte „Kur-Image“ zum Großteil abgelegt. Damit hat Meran in den letzten Jahren einen touristischen „Quantensprung“ geschafft, der vielen anderen „historischen Tourismusdestinationen“ nicht in dieser Qualität gelungen ist. Nun gilt es das „neue“ Image von Meran (siehe Profilierung und das Thema „Gesundheit“ etc.) gemeinsam nach außen zu tragen. Dies soll vor allem durch eine noch effizientere Kommunikation der Stärken passieren, durch die Bündelung der Kräfte und durch eine noch positivere Einstellung der Tourismusdestination Meran gegenüber („Stolz auf Meran sein!“) – (<i>Kurverwaltung und MGM</i>) • Unter der Führung der Kurverwaltung sollte diese Zielsetzung in einem interdisziplinären Rahmen diskutiert und entsprechende Maßnahmen definiert werden (<i>Kurverwaltung</i>)

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
⊕ Gezielte Lenkung des Tagestourismus	<ul style="list-style-type: none">• Als begehrtes Ausflugsziel gehört der Tagestourismus zu Meran und Meran braucht auch den Tagestourismus!• Teilweise nimmt der Tagestourismus jedoch quantitative Maße an, dass sowohl die Einheimischen als auch die Urlaubsqualität der Aufenthaltsgäste darunter leiden. Diesbezüglich soll unter der Leitung der Gemeinde ein innovatives „Besucherlenkungssystem“ entwickelt werden (<i>Gemeinde, Kurverwaltung und andere</i>)

7.5. Gastronomie und Shopping

Zielsetzungen	Erste Maßnahmen
<p>⊕ Meran als Ganzjahresdestination positionieren (auch am Wochenende)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Meran hat alle Voraussetzungen, um ganzjährig arbeiten zu können; das gilt sowohl für den Aufenthalts- als auch für den Tagestourismus. Im Bereich „Tagestourismus“ sollten Maßnahmen gesetzt werden damit Meran – zumindest an allen Samstagen – ein attraktives Ausflugsziel wird. Diesbezügliche Maßnahmen sollten von einer Arbeitsgruppe bestehend aus Kaufleuten, Gastronomen und Vertreter der Freizeiteinrichtungen ausgearbeitet werden. Ein weiteres Thema dieser Gruppe sollten auch die Öffnungszeiten sein.
<p>⊕ Aufwertung des Angebots im Stadtkern und des Stadtkerns</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Überlegungen anstellen, ob eine Erweiterung der Fußgängerzone möglich ist (<i>Gemeinde</i>) • Sensibilisierung der Geschäftsinhaber (bzw. Pächter) und Gastronomen (<i>HGV und Kaufleute</i>)
<p>⊕ Verstärkter Einsatz regionaler Produkte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sowohl in der Gastronomie und im Handel sollten vermehrt einheimische Produkte angeboten bzw. verarbeitet werden (<i>HGV und Kaufleute</i>) • Meran ist auch eine Weinstadt – Wein und Tourismus befruchten sich gegenseitig. Das Thema „Wein“ sollte in der Stadt, in den Gastronomiebetrieben und im Handel besser sichtbar und spürbar werden (<i>HGV und andere</i>)
<p>⊕ Erhalt der Kleinstrukturiertheit im Handel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgrund des guten Images ist Meran für nationale und auch internationale Handelsketten ein interessanter Standort. Ziel der Maßnahme „Erhalt der Kleinstrukturiertheit“ ist es nicht, Handelsketten zu verhindern, sondern dafür zu sorgen, dass Meran zu keinem austauschbaren „Einkaufszentrum“ wird. In diesem Sinne soll eine Umfrage bei den Kaufleuten gestartet werden, um herauszufinden: <ol style="list-style-type: none"> a) was die Kaufleute selbst tun können und b) was der Kaufleuteverband und die öffentliche Hand tun können um die alteingesessenen Geschäfte zu erhalten.

8. ÜBERLEGUNGEN ZUR QUANTITATIVEN BETTENENTWICKLUNG IM ALLGEMEINEN UND ZUR AUSWEISUNG VON ZONEN FÜR TOURISTISCHE EINRICHTUNGEN IM SPEZIELLEN

Die Annäherung an die wünschbare und für die Gemeinde Meran sinnvolle quantitative Bettenentwicklung – vor allem in Hinblick auf die Ausweisung von neuen Zonen für touristische Einrichtungen erfolgt über folgende Zugänge:

- Analyse der Daten – siehe Pkt. 3
- Einschätzung der Arbeitsgruppe wie sich die Betten in den einzelnen Kategorien entwickeln sollen
- Auswertung des Fragebogens der an alle gewerblichen Betriebe verschickt wurden
- Fachliche Einschätzung des Beraterteams
- Zusammenfassende Bewertung und Vorschlag für die Ausweisung von Tourismuszonen

8.1. Wünschbare Bettenentwicklung in Meran (*Einschätzung der Arbeitsgruppe*)

Die Arbeitsgruppenmitglieder wurden gebeten, ihre persönliche Einschätzung zur wünschbaren Bettenentwicklung in Meran abzugeben. Die Auswertung durch die Bildung des Durchschnitts ergab folgendes Bild:

	2009		2020
	Betten	in %	Betten
5 und 4 Sterne	2.017	33,9	2.650 - 2.700
3 Sterne	2.012	33,8	2.400 - 2.450
2 und 1 Sterne	857	14,4	850 - 900
Gewerblich gesamt	4.886	82,0	5.900 - 6.050
Ferienheime und Jugendherbergen	285	4,8	300 - 350
Camping	350	5,9	400 - 450
Zimmervermieter und FW	437	7,3	450 - 500
Gesamt	5.958	100,0	7.050 - 7.350

Lt. dieser spontanen Einschätzung der Arbeitsgruppe wäre es wünschenswert, wenn sich die Bettenanzahl in Meran bis 2020 insgesamt um 1.000 – 1.200 erhöhen würde. Diese Erhöhung sollte fast ausschließlich im gewerblichen Bereich erfolgen.

8.2. Auswertung der Fragebögen

Im Herbst und Winter 2009/10 wurde alle gewerblichen Betrieben Merans ein Fragebogen übermittelt. Nachfolgend die Auswertung der retournierten Fragebögen:

Kategorie	Abgegebene Fragebögen	Derzeit gemeldete Betten	Wie viel zusätzliche Betten könnten Sie lt. derzeit bestehenden gesetz. Bestimmungen errichten?	Planen Sie darüber hinaus Ihren Betrieb in den nächsten 5 – 7 Jahren quantitativ zu erweitern?	Wenn ja, um wie viele Betten möchten Sie Ihren Betrieb zusätzlich vergrößern?
5 + 4 + 4S Sterne	18 von 25 (= 72 %)	1.536 von 2.017 (= 76,2 %)	11 Betriebe = 318 Betten 4 Betriebe = keine Betten 3 Betriebe = keine Angaben	7 Betriebe = ja 8 Betriebe = nein	7 Betriebe = 285 Betten
3 + 3S Sterne	27 bzw. 28*) von 52 (= 53,8 %)	1.216 von 2.053 (= 59,2 %)	8 Betriebe = 161 Betten 11 Betriebe = keine Betten 8 Betriebe = keine Angaben	3 Betriebe = ja 11 Betriebe = nein	1 Betrieb = 16 Betten 2 Betriebe = keine Angabe
1 + 2 Sterne	9 von 37 (= 24,3 %)	165 von 900 (18,3 %)	2 Betriebe = 26 Betten 7 Betriebe = keine Betten	1 Betrieb = nein 1 Betrieb = keine Angaben	
Sonstige	1 von 5 (= 20 %)	59 von 635 (9,3 %)	1 Betrieb = keine Betten	1 Betrieb = nein	
Gesamt	55 bzw. 56 von 119 (= 47,1 %)	2.976 von 5.605 (= 53,1 %)	21 Betriebe = 505 Betten	10 Betriebe = ja 21 Betriebe = nein 1 Betrieb = keine Angaben	8 Betriebe = 301 Betten

*) 1 Pachtbetrieb ohne konkrete Angaben

Kommentar:

- Der Rücklauf ist mit ca. 50 % als sehr gut zu bezeichnen (bei den höher klassifizierten Betrieben liegt er weit darüber).
- Lt. Auswertung könnten die bestehenden Betriebe (die rund 50 % der bestehenden Betten repräsentieren) ca. 500 Betten durch Anwendung der bestehenden gesetzlichen Bestimmungen errichten. Eine Hochrechnung dieser Zahl ist nicht zielführend, da man davon ausgehen kann, dass vor allem jene Betriebe geantwortet haben, die ein entsprechendes Interesse an der Entwicklung ihres Betriebes haben. Trotzdem wird nachfolgend nicht von 500, sondern von 600 Betten ausgegangen, die in Meran durch Anwendung der qualitativen und quantitativen Erweiterungsmöglichkeiten entstehen könnten.
- Nun stellt sich auch die Frage, wie viele Betten in den nächsten Jahren – aus verschiedenen Gründen – aufgelassen werden. Sieht man sich die Entwicklung seit 1997 an, so stellt man fest, dass sich die Bettenanzahl im gewerblichen Bereich – trotz Inbetriebnahme des Thermenhotels mit ca. 140 Zimmern (= ca. 280 Gästebetten) – um ca. 130 Betten verringert hat. Eine Fortschreitung dieser Entwicklung würde bedeuten, dass auch die nächsten 10 Jahre ca. 400 – 500 Betten von bestehenden Betrieben verloren gehen werden.
- Nachfolgend wird davon ausgegangen, dass die Differenz zwischen den Betten, die aufgrund bestehender gesetzlicher Bestimmungen dazukommen und jenen die wegen Betriebsaufgabe u.ä. wegfallen in etwa ausgeglichen ist. In anderen Worten: Wir gehen davon aus, dass Meran im Jahr 2020 – sollten keine neuen Tourismuszonen ausgewiesen werden – über in etwa gleich viele Betten verfügen wird wie heute.
- Bezüglich der Ausweisung von Tourismuszonen sagen 8 „Betriebe“, dass sie ca. 300 Betten durch Ausweisung von Tourismuszonen errichten möchten. Auch hier ist eine Hochrechnung – aus den gleichen Gründen wie oben – nicht angebracht. Lt. Einschätzung der Arbeitsgruppe ...

8.3. Warum braucht Meran neue Zonen für touristische Einrichtungen? – Zielsetzungen der Gemeinde

- ⊕ Erarbeitung eines Tourismusentwicklungskonzeptes als Voraussetzung, um neue Tourismuszonen ausweisen zu können (Festlegung eines Bettenkontingentes für neue Tourismuszonen in Meran).
- ⊕ Es gibt einen Trend „Zurück zu mondänen Ferienorten“ – die Attraktivität und Begehrlichkeit der Stadt Meran soll auch durch mehr attraktive Betriebe (Leitbetriebe) erhöht werden.
- ⊕ Um die Wertschöpfung auch in den „anderen“ Bereichen z.B. Handel, Gastronomie etc. zu erhöhen
- ⊕ Um die bestehenden Strukturen zu „beflügeln“
- ⊕ Um in Meran den Aufenthaltstourismus (auch gegenüber dem Tagestourismus) zu stärken
- ⊕ Um vor allem bestehenden Betrieben Entwicklungsperspektiven zu bieten (über die qualitativen und quantitativen Erweiterungsmöglichkeiten hinaus)
- ⊕ Es soll eine gesteuerte Entwicklung in Richtung Qualität und neue, innovative Tourismusangebote/Tourismusformen geben
- ⊕ Um Betrieben Entwicklungschancen einzuräumen, die etwas Besonderes bieten möchten
- ⊕ Um den prozentuellen Anteil der Hotelbetten hoch zu halten – dadurch wird der Auslastungsgrad auch unter der Woche garantiert

- ⊕ Für eine Profilierung als Kongress-Stadt bzw. um auch für größere Gruppen interessant zu sein, braucht Meran auch entsprechende Strukturen, die es derzeit nur zum Teil gibt
- ⊕ Die Ausweisung von neuen Tourismuszonen bzw. das Ermöglichen von Hotelenerweiterungen bzw. Hotelneubauten soll zur Differenzierung des Angebots beitragen
- ⊕ Eine dynamische Tourismusentwicklung und eine Positionierung am internationalen Parkett erfordert eine aktive Steuerung des Tourismus – auch der Bettenkapazitäten.

8.4. Fachliche Einschätzung des Beraterteams

Die Grenzen der touristischen Entwicklung in der Gemeinde werden durch die Entwicklung der touristischen Betriebe transparent. Eine Gemeinde ist nur so gut wie die Summe der Betriebe. Die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe stellen also die Basis jeder Tourismusentwicklung dar. Durch die gesetzlichen Bestimmungen war die Entwicklung in den einzelnen Betrieben nur eingeschränkt möglich.

Nun geht es darum, ein Bettenkontingent festzulegen, das einerseits die Gefahr der „Kannibalisierung“ der bestehenden Tourismusbetriebe durch neu eintretende Mitbewerber bzw. durch die Erweiterung von bestehenden Betrieben minimiert und andererseits für die einzelnen Betriebe sinnvolle Entwicklungsmöglichkeiten zulässt. Dabei sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Druck auf die Betriebsgröße kommt von (siehe dazu auch nächste Seiten):
 - der Kostenseite (Fixkostendegression ab einer gewissen Bettenanzahl)
 - der Mitarbeiterseite (klare Einteilung ist möglich)
 - Bedürfnis/Nachfrage der Gäste nach mehr Freizeiteinrichtungen
 - der strategischen Planung des Betriebes
 - den Nachfolgern
 - der steuerlichen Seite (kleine Betriebe sind benachteiligt)

„Kleinbetriebe „leiden“ sehr oft an der übertriebenen Bürokratie und an den steigenden Anforderungen in den Bereichen Finanzierung, Marketing, Qualität, Mitarbeiter, neue Medien, Innovation, etc. Diese Anforderungen können von einzelne Personen bzw. von einem Ehepaar kaum noch erfüllt werden!“

Manfred Kohl

Betriebsgrößenklassen in der Hotellerie

	40 – 50 Betten “Mama-Papa-Betrieb“	50 – 90 Betten “Mittlerer Betrieb“	90 – 200 Betten “Managementfähiger Betrieb“	Ab 200 Betten “Fremdführbarer Betrieb“
Charakteristika	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher persönlicher Einsatz der Unternehmerfamilie • Wenig Freizeiteinrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teilweise Abteilungsorganisation • Freizeiteinrichtungen wären notwendig • Die volle Hotelinfrastruktur (Technik, EDV, Küche, Rezeption, Wäscherei,...) wird notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Aufgaben der Unternehmerfamilie ändern sich: Die Schwerpunkte liegen in der Planung, Organisation, Führung, Marketing, Kontrolle (die operative Arbeit muss weniger werden) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 100 Zimmer • Managementfirma als Betreiber oder angestellter Direktor • „Rückzug“ auf das Eigentum
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Max. 1 teurer Mitarbeiter (meistens der Chefkoch) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrere teure Mitarbeiter (Kaderkräfte) wären notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> • In allen Bereichen Kaderkräfte • Abteilungsleiter werden Abteilungsunternehmer 	<ul style="list-style-type: none"> • Profit-Center-Organisation wird möglich • Abteilungsleiter werden Abteilungsunternehmer
Weiterentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie soll sich der Betrieb weiterentwickeln? 	<ul style="list-style-type: none"> • Druck auf mehr Betten • Schwierige Betriebsgröße 	<ul style="list-style-type: none"> • Cash-Flow-Potenzial steigt mit der Fixkostendegression • Hohes Potenzial der Weiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung zum Hotel-Ressort

Vorteile von Betrieben mit mehr als 90 Gästebetten:

- Umfangreiche infrastrukturelle Einrichtungen für den Gast
- Großer Teil der Dienstleistungskette aus einer Hand
- Kompetente und einheitliche Führung
- Positionierung als „Marke“ ist möglich
- Strategische Planung
- Verbessertes Zugang zum Markt für Fremd- und Eigenkapital
- Sichert nachhaltig Wettbewerbsvorteile
- Fixkostendegression (vor allem bei den Mitarbeiterkosten) beginnt zu greifen

Was ist ein Leitbetrieb?

Image-Dimension	Betriebliche Dimension
<ul style="list-style-type: none"> • Unverzichtbar oder schwerverzichtbarer Image-Träger des Ortes bzw. der Region • Öffentlichkeitswirkung (Medienpräsenz) • Signalwirkung innerhalb der Branche 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen liegen deutlich über dem Durchschnitt • Preisführer in seinem Segment • Vorbildhafte Betriebsführung (nach innen) • Laufende Investitionen und Innovationen • Vorbildwirkung für Branchenkollegen

Spezielle Überlegungen für Meran:

Durch gezielte Investitionen der Öffentlichen Hand (Gemeinde und Land) und durch mutige Investitionen der Tourismus- (Hotellerie und Gastronomie) und Handelstreibenden hat Meran sein „verstaubtes“ Image abgelegt und hat sich zu einer modernen und imageprägenden Tourismusdestination für ganz Südtirol entwickelt.

Ein nachhaltiger touristischer Erfolg einer Destination ist zentral von der Entwicklung der Beherbergungsbetriebe abhängig. Deshalb ist es aus fachlicher Sicht notwendig, dass in Meran Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit einerseits die bestehenden Betriebsstrukturen gestärkt und ausgebaut werden können und damit andererseits neue und innovative „Produkte“ entstehen können.

8.5. Kriterien für die Ausweisung von Zonen für touristische Einrichtungen in Meran

Aufgrund:

- der angestellten Erhebungen und Bewertungen
- der Analyse der statistischen Daten
- der Stärken/Schwächen-Analyse
- der angestrebten Profilierung
- der Zielsetzungen und
- der angestellten Überlegungen zur quantitativen Bettenentwicklung in Meran

schlägt die Arbeitsgruppe folgende Kriterien für die Ausweisung von Zonen für touristische Einrichtungen in der Stadtgemeinde Meran vor:

1. Rahmenbedingungen

- Die Gemeinde Meran wird nicht von sich aus **Zonen für touristische Einrichtungen** ausweisen, sondern dies **nur auf Antrag von Interessierten** tun. Jeder Antrag wird in der Folge den urbanistischen Bestimmungen entsprechend behandelt. Dabei werden die Auswirkungen auf die Siedlungsentwicklung, das urbanistische Gefüge, das Landschaftsbild und die Verkehrserschließung berücksichtigt.
- **Voraussetzung** für das Ansuchen um Ausweisung einer Tourismuszone ist, dass sich die **notwendigen Flächen** im Eigentum des Antragsstellers befinden bzw. dass das schriftliche Einverständnis der Eigentümer zur Ausweisung einer Tourismuszone vorliegt.

2. Kontingente, Größenordnungen, Kategorien, Campingplatz

- Meran sollte im Jahr 2020 über nicht mehr als 7.200 Gästebetten verfügen. Bei Annahme, dass in den nächsten Jahren durch die Anwendung des qualitativen und quantitativen Erweiterungsgesetzes rund 500 neue Betten entstehen und gleichzeitig ca. 500 der derzeit bestehenden Betten verloren gehen (weil keine Nachfolger, aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen etc.), heißt das, dass durch **die Ausweisung von Tourismuszonen** (= Zonen in welchen bereits gastgewerbliche Betriebe lt. Gastgewerbeordnung bestehen und neue Zonen für touristische Einrichtungen) **1.200 Gästebetten** entstehen können.
- Von diesen 1.200 Betten, die in neuen Tourismuszonen entstehen können, sollen – auf 10 Jahre gesehen – **mindestens 50 % bestehenden Betrieben** vorbehalten werden (d.h. in Zonen in welchen bereits gastgewerbliche Betriebe lt. Gastgewerbeordnung bestehen), **maximal 50 %** können in „neuen“ **Betrieben** errichtet werden (neue Zonen für touristische Einrichtungen).
- Die Zuweisung der 1.200 Betten in neuen Tourismuszonen erfolgt in **zwei Zeiträumen** (Nutzungsphasen):
 - 600 Betten im Zeitraum 01.01.2013 bis 31.12.2017 und
 - 600 Betten im Zeitraum 01.01.2018 bis 31.12.2022

Anmerkung: Ob die angesetzten Zeiträume so passen, muss geprüft werden!

Innerhalb dieser Zeiträume gilt die Aufteilung – mindestens 50 % für bestehende Betriebe und maximal 50 % für neue Betriebe – nicht. In anderen Worten: Theoretisch können in den ersten 5 Jahren 600 Betten nur in bestehenden Betrieben entstehen oder auch nur in neuen Zonen für touristische Einrichtungen errichtet werden.

- **Bestehende Betriebe** haben – unter Berücksichtigung des nachfolgenden Absatzes – bei der Zuweisung von Tourismuszonen **Vorrang**, d.h. sollten so viele Projekte eingereicht werden, dass die zur Verfügung stehenden Betten – die in Tourismuszonen errichtet werden können – nicht ausreichen, haben bestehende Betriebe immer Priorität (siehe dazu auch Pkt. 4 „Expertenkommission und Vorzugskriterien“).
- **Bestehenden Betrieben**, welche noch ausreichende Möglichkeiten zur rationellen Erweiterung gemäß Art. 7 und Art. 8 des D.L.H. vom 18.10.2007, Nr. 55 (Verordnung zur Erweiterung gastgewerblicher Betriebe) haben, werden neue Tourismuszonen erst **nach Ausschöpfung dieser Erweiterungsmöglichkeiten** zugewiesen. Natürlich ist es möglich, dass in einem Antrag um Erweiterungen nach den bestehenden gesetzlichen Bestimmungen und gleichzeitig um Ausweisung einer Tourismuszone angesucht wird.
- **Minimale und maximalen Betriebsgröße:**
 - Die **maximale Betriebsgröße für bestehende Betriebe** (Bettenkapazität die der Betrieb insgesamt erreichen kann, d.h. Bestand plus Betten in der neuen Tourismuszone zusammengezählt) wird mit 80 Einheiten (= Zimmer) festgelegt.
 - Die **maximale Betriebsgröße für neue Betriebe** (neue Zonen für touristische Einrichtungen) wird ebenso mit 80 Einheiten (= Zimmer) festgelegt.
 - In Zonen, in welchen bereits gastgewerbliche Betriebe lt. Gastgewerbeordnung bestehen, soll **keine Mindestbettenanzahl pro Betrieb** vorgegeben werden. Die Mindestbettenzahl, die für gewerbliche Beherbergungsbetriebe vorgesehen ist, muss erreicht werden.
- Eine **Zuteilung der Betten** – die in neuen Tourismuszonen errichtet werden können – auf die **einzelnen Kategorien** erscheint nicht sinnvoll, da das eine zu starke unternehmerische Einschränkung darstellen würde. Außerdem glaubt die Arbeitsgruppe, dass dies „der Markt“ am besten zu regeln weiß.
- In Meran soll **kein neuer Campingplatz** entstehen können. Erweiterungen von den bestehenden Campingplätzen sollten aber möglich sein. Sollten die bestehenden Campingplätze verlegt werden (müssen), sollen diese an neuen Standorten errichtet werden können, wo betriebswirtschaftlich interessante Betriebsgrößen möglich sind. Die Campingstellplätze werden bei der Berechnung der Betten – die in neuen Tourismuszonen errichtet werden können – nicht berücksichtigt.

3. Erforderliche Unterlagen

- Antragsteller, die um Zuweisung einer neuen Zone für touristische Einrichtungen ansuchen, müssen mit dem Antragsansuchen ein **Vorprojekt** (bestehend aus Ansichten und Grundrissen mit Angabe der Kubatur und der Bruttogeschossflächen) beilegen.
- Weiters ist ein **Grobkonzept**, aus welchem die Kategorie, die Nebeneinrichtungen, die konzeptionelle Ausrichtung etc. hervorgehen erforderlich.
- Außerdem muss dargelegt werden, wie die **verkehrstechnische und infrastrukturelle Anbindung** erfolgt und welche landschaftlichen Auswirkungen sich im urbanistischen Gefüge ergeben.
- Die Gemeindeverwaltung kann weitere Unterlagen anfordern, die zur Bewertung des Antrages als notwendig erachtet werden.

4. Urbanistische Voraussetzungen und Zeitrahmen

- Die Bauvorhaben müssen den **urbanistischen Vorgaben und Bestimmungen** der Gemeinde Meran entsprechen.
- **Um Zersiedelungen zu vermeiden**, sollen neue Zonen für touristische Einrichtungen in bzw. angrenzend an geschlossene Siedlungsgebiete/Ortschaften ausgewiesen werden.
- Bezüglich der **urbanistischen Parameter** für Tourismuszonen – siehe Durchführungsbestimmungen zum Bauleitplan und das Landesraumordnungsgesetz LG 13/97.
- Der Durchführungsplan muss im verbauten Ortskern die **maximale Höhe und andere Parameter** festlegen, die dem umgebenden Bestand entsprechen.
- In der Folge muss der Gestaltungsbeirat ein positives Gutachten zum Vorprojekt abgeben, mit urbanistischen Daten und Zahlen.
- Neu ausgewiesene Tourismuszonen, in denen innerhalb von **5 Jahren** – ab Genehmigung der entsprechenden Bauleitplanänderung – das Projekt nicht realisiert ist, bekommen wieder ihre vorhergehende Widmung.

5. Expertenkommission und Vorzugskriterien

- Sollte die Nachfrage – innerhalb der oben definierten Zeiträume – größer sein als die zur Verfügung stehende Anzahl an Betten kann der Gemeindevorstand **eine Expertenkommission einberufen**, welche vor Behandlung durch den Gemeinderat eine nicht verbindliche Rangordnung der Anträge erstellt. Dabei sollen u.a. folgende Punkte/Aspekte berücksichtigt werden:
 - Vorrang für bestehende Betriebe
 - Betriebe, die die Voraussetzungen haben, ganzjährig offen zu halten
 - Innovative Betriebskonzepte, die der Profilierung entsprechen
 - Spezialisierte Betriebe
 - Architektonisch interessante Bauausführungen, die ins Landschafts- bzw. Stadtbild passen
 - Ökologische Aspekte z.B. Klimahausstandard

9. ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN

Die Gemeinde **Meran** ist eines der touristischen „**Aushängeschilder**“ **Südtirols**, sowohl was die touristische Geschichte des Landes anbelangt, als auch was die aktuelle Entwicklung betrifft.

Meran hat sich natürlich auch gewandelt: War Meran in den 70iger Jahren mit knapp 13.000 Gästebetten fast ausschließlich touristisch ausgerichtet, ist Meran heute nach Bozen das zweitwichtigste **Verwaltungszentrum** Südtirols. Das hat auch dazu geführt, dass sich die Betten – seit den 70iger Jahren – auf heute ca. 6.000 Gästebetten halbiert haben.

Die starke touristische Entwicklung in der Peripherie von Meran, der Bettenrückgang, der starke Tagestourismus und die allgemeine Stadtentwicklung haben in den 80iger und 90iger Jahren dazu geführt, dass Meran – vom Aufenthaltstourismus her gesehen – ein etwas „verstaubtes“ Image bekam. Mit den weitsichtigen Investitionen wie z.B. Trauttmansdorff, Neuerrichtung Therme, Stadtgestaltung insgesamt etc. hat sich Meran vor allem seit der Jahrtausendwende zu einer **modernen und trendigen Tourismusgemeinde** entwickelt. Zukünftig sollen profilierungsmäßig Schwerpunkte in den Bereichen Gesundheit und Genuss gesetzt werden, um das Image einer begehrten Tourismusdestination weiter zu stärken.

Der **wichtigste Erfolgsfaktor** von touristischen Destinationen sind und bleiben die **touristischen (Familien-)Betriebe!** Vor allem um den bestehenden Betrieben Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten, wurden im vorliegenden Dokument Kriterien für die Ausweisung von Tourismuszonen definiert, die eine weiterhin positive touristische Entwicklung Merans sicherstellen sollen. Dabei wurde die Wichtigkeit der familiär geführten Betriebsstrukturen genauso unterstrichen, wie die Notwendigkeit in betriebswirtschaftlich sinnvollere Betriebsgrößen „hineinwachsen“ zu können.

Entwicklung heißt aber auch Neues zulassen; unter diesem Gesichtspunkt ist in den Kriterien auch geregelt, wie und unter welchen Prämissen sich neue Hotelbetriebe in Meran ansiedeln können.

Mit vorliegendem Konzept stellt die Gemeinde Meran die Weichen für eine weiterhin nachhaltige (ökonomisch, kulturell, sozial und ökologisch gesehen) Tourismusentwicklung.

Mai 2013

Alois Kronbichler