



An den Präsidenten  
des Südtiroler Landtages  
Bozen

Al presidente  
del Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano  
Bolzano

## BESCHLUSSANTRAG

Nr. 396/26

## MOZIONE

N. 396/26

### Eventstrategie Südtirol

Südtirol ist ein Land der Veranstaltungen. Laut der Plattform Peer.Today/Veranstaltungskalender.it finden jährlich rund 14.000 Events in der Provinz statt. Die Vielfalt der Veranstaltungen spiegelt die Bandbreite der Organisatorinnen und Organisatoren wider, die mit großem Engagement und erheblichem zeitlichen sowie finanziellen Aufwand Erlebnisse für die Bevölkerung, Gäste und Touristinnen und Touristen schaffen.

Die Veranstaltungen sind nicht nur Ausdruck der kulturellen und landschaftlichen Besonderheiten Südtirols, sondern tragen auch wesentlich zur wirtschaftlichen Entwicklung und zur internationalen Sichtbarkeit der Region bei. Sie fördern den Tourismus, stärken die Identität des Landes und ermöglichen eine nachhaltige Entzerrung der Saisonspitzen.

Die hohe Dichte an Veranstaltungen bringt Chancen, aber auch Verantwortung mit sich. Belastungsspitzen in bestimmten Gebieten und Zeiträumen wirken sich auf Umwelt, Mobilität und die Lebensqualität der ansässigen Bevölkerung aus. Vor diesem Hintergrund soll die Eventpolitik des Landes nicht auf quantitatives Wachstum, sondern auf Qualität, Nachhaltigkeit und ausgewogene territoriale Verteilung ausgerichtet sein.

#### Aktuelle touristische Kennzahlen

Im Jahr 2025 bestätigt der Südtiroler Tourismus seine Stabilität und Attraktivität. Laut aktuellen Landesdaten wurden über 35 Millionen Nächtigungen registriert, mit kontinuierlichem Wachstum in den Frühjahrs- und Herbstmonaten, das auch durch

### Una strategia per gli eventi in Alto Adige

L'Alto Adige è una terra ricca di eventi. Secondo la piattaforma Peer.Today/Veranstaltungskalender.it, nella nostra provincia ogni anno se ne svolgono circa 14.000. La varietà delle manifestazioni riflette la grande diversità delle organizzazioni che con grande impegno e un notevole dispendio di tempo e risorse finanziarie danno vita a esperienze per la popolazione, gli ospiti e i/le turisti/e.

Gli eventi non sono solo un'espressione delle peculiarità culturali e paesaggistiche dell'Alto Adige, ma contribuiscono anche in modo significativo allo sviluppo economico e alla visibilità internazionale della nostra provincia. Promuovono il turismo, rafforzano l'identità del territorio e contribuiscono a distribuire in modo sostenibile i picchi stagionali.

L'elevata concentrazione degli eventi offre delle opportunità, ma comporta anche delle responsabilità. Gli alti livelli di affluenza in determinate zone e periodi si ripercuotono sull'ambiente, sulla mobilità e sulla qualità di vita della popolazione locale. In questo contesto, la politica degli eventi della Provincia non deve orientarsi a una crescita quantitativa, ma alla qualità, alla sostenibilità e a un'equilibrata distribuzione territoriale.

#### Gli attuali dati turistici

Nel 2025 il turismo altoatesino ha confermato la sua stabilità e attrattiva. Secondo gli ultimi dati della Provincia, si sono registrati oltre 35 milioni di pernottamenti, con una crescita costante nei mesi primaverili e autunnali sostenuta anche dall'offerta di

das Veranstaltungsangebot getragen wird. Besonders in den Monaten April und Oktober wurden jeweils mehr als 400.000 beziehungsweise 690.000 Ankünfte verzeichnet, mit über 2,7 Millionen Nächtigungen in den herbstlichen Spitzenzeiten. Ein wesentlicher Anteil dieser Besucherinnen und Besucher ist dem Erlebnis-, Kultur- und Wein- und Genuss-tourismus zuzurechnen.

### **Die Kraft von Veranstaltungen – Beispiele**

Das Meran WineFestival stellt eine der bedeutendsten Wein- und Genussveranstaltungen im Alpenraum dar. Im Jahr 2025 besuchten rund 8.000 Personen das Festival, mehr als 1.300 Unternehmen präsentierten über 2.000 Etiketten. Fachbesucherinnen und -besucher kamen aus über 30 Ländern. Das Festival wirkt direkt auf Hotellerie, Gastronomie und lokalen Handel und trägt zur Entzerrung der Herbstsaison bei. Nachhaltigkeit und Regionalität sind zentrale Aspekte dieser Veranstaltung.

Im Vergleich dazu gibt es die Vinitaly in Verona als die bedeutendste Fachmesse Italiens für den Weinbereich, mit rund 97.000 Besucherinnen und Besuchern, über 4.000 Ausstellern und etwa 32.000 internationalen Einkäuferinnen und Einkäufern aus mehr als 130 Ländern. Während Vinitaly als globale Handelsplattform auftritt, setzt das Meran WineFestival auf Exklusivität, Erlebnisqualität und Lifestyle. Dieser Vergleich zeigt, dass Südtirol eine klare, langfristige Strategie benötigt, die die spezifischen Stärken der Region im alpinen und nordostitalienischen Kontext weiterentwickelt, auch im Hinblick auf Nordtirol, Trentino und Venetien.

### **Internationale Positionierung durch Sportgroßveranstaltungen**

Sportveranstaltungen wie die Maratona dles Dolomites, Hero Dolomites und der Dolomiti Superbike tragen bzw. trugen wesentlich zur internationalen Wahrnehmung Südtirols bei. Die Maratona zieht Teilnehmende aus über 60 Ländern an und erzielt eine hohe mediale Reichweite, die wiederum touristische Effekte nach sich zieht.

### **Kultur, Identität und nachhaltige Saisonentwicklung**

eventi. In particolare, nei mesi di aprile e ottobre, si sono registrati rispettivamente oltre 400.000 e 690.000 arrivi, con oltre 2,7 milioni di pernottamenti nel periodo di massima affluenza autunnale. Una quota significativa di queste/i ospiti è riconducibile al turismo esperienziale, culturale, enologico e del gusto.

### **Il valore degli eventi – esempi**

Il Merano WineFestival rappresenta uno dei più importanti eventi dedicati al vino e al gusto dell'intera area alpina. Nel 2025 il festival ha registrato circa 8.000 visitatrici/visitatori, con oltre 1.300 aziende che hanno presentato più di 2.000 etichette e operatori del settore provenienti da oltre 30 Paesi. Il festival incide direttamente sul settore alberghiero, sulla ristorazione e sul commercio locale e contribuisce a distribuire meglio i flussi turistici della stagione autunnale. La sostenibilità e la territorialità sono aspetti centrali di questa manifestazione.

Per fare un confronto, a Verona si tiene il Vinitaly, la fiera del settore vinicolo più importante d'Italia, con circa 97.000 visitatrici/visitatori, oltre 4.000 espositori nonché circa 32.000 acquirenti internazionali provenienti da più di 130 Paesi. Mentre il Vinitaly si presenta come una piattaforma commerciale globale, il Merano Wine Festival punta sull'esclusività, sulla qualità dell'esperienza e sul lifestyle. Questo paragone dimostra che l'Alto Adige necessita di una strategia chiara e a lungo termine, che sviluppi ulteriormente i punti di forza specifici del territorio nel contesto alpino e del nordest italiano, anche con riferimento al Land Tirolo, al Trentino e al Veneto.

### **Posizionamento internazionale grazie a grandi eventi sportivi**

Eventi sportivi come la Maratona dles Dolomites, l'Hero Dolomites e la Dolomiti Superbike contribuiscono o hanno contribuito in modo significativo alla visibilità internazionale dell'Alto Adige. La Maratona richiama partecipanti da oltre 60 Paesi e ha un'elevata risonanza mediatica che a sua volta genera ricadute turistiche.

### **Cultura, identità e stagionalità sostenibile**

Kulturelle Veranstaltungen und Sportevents sind zentrale Säulen einer nachhaltigen Entwicklung Südtirols. Sie stärken die kulturelle Identität, fördern die Integration der Besucherinnen und Besucher in die lokale Gemeinschaft und ermöglichen eine nachhaltige wirtschaftliche Wertschöpfung über die klassische Saison hinaus.

Beispiele wie die Meraner Musikwochen oder das Asphaltart Festival zeigen, wie hochkarätige Kultur mit territorialer Verankerung und sozialer Teilhabe verbunden werden kann. International renommierte Künstlerinnen und Künstler sowie zahlreiche Aufführungen im urbanen Raum ziehen ein breites Publikum an, fördern längere Aufenthalte und sensibilisieren für Nachhaltigkeit.

Nicht zuletzt fördern Veranstaltungen den Gemeinschaftssinn und das Zugehörigkeitsgefühl der Südtiroler Bevölkerung. Lokale Feste wie der „Törggele Herbstmarkt“ oder die Schützenfeste, Musikfeste, Feuerwehrfeste, Sportfeste usw. sind tief in unserer Tradition verwurzelt und bieten Gelegenheit, gemeinsam zu feiern und unsere Bräuche zu pflegen. Sie sind ein wichtiger Bestandteil unserer Identität und tragen dazu bei, die Bindungen innerhalb unserer Gemeinschaft zu stärken. Veranstaltungen in Südtirol nehmen sich verstärkt dem Thema der Nachhaltigkeit an und werden so zu wichtigen Botschaftern für dieses Thema, das sich mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes deckt und hilft, dieses in die Gesellschaft zu tragen.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Veranstaltungen in Südtirol sind ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Kultur, unserer Wirtschaft und unseres sozialen Lebens. Sie bringen Menschen zusammen, fördern den kulturellen Austausch und stärken unsere regionale Identität. Es liegt an uns allen, diese wertvollen Ereignisse zu unterstützen und weiterzuentwickeln, damit Südtirol auch in Zukunft eine lebendige und attraktive Region bleibt.

Die Vielfalt der Veranstaltungslandschaft bringt strukturelle Herausforderungen mit sich. Dazu zählen:

- Fehlende systematische Datenerhebung
- Engpässe im Ehrenamt
- Zunehmende organisatorische und finanzielle Komplexität
- Bedarf an klaren Kriterien für „Lead Events“

Gli eventi culturali e sportivi costituiscono dei pilastri dello sviluppo sostenibile dell'Alto Adige. Rafforzano l'identità culturale, favoriscono l'integrazione delle/degli ospiti nella comunità locale e consentono di generare un valore aggiunto a lungo termine anche al di là della classica stagione turistica.

Ne sono un esempio le Settimane Musicali Meranesi e il festival Asphaltart, che dimostrano come sia possibile coniugare un'offerta culturale di alto livello con il radicamento nel territorio e la partecipazione sociale. Le artiste e gli artisti di fama internazionale e le numerose rappresentazioni negli spazi urbani attraggono un vasto pubblico, favoriscono soggiorni più lunghi e sensibilizzano alla tematica della sostenibilità.

Non da ultimo, questi eventi promuovono lo spirito di comunità e il senso di appartenenza della popolazione altoatesina. Le feste locali, come il Törggele Herbstmarkt (mercato delle castagnate e del vino novello) o le feste degli Schützen, le feste musicali, quelle dei vigili del fuoco, dello sport ecc., sono profondamente radicate nella nostra tradizione e sono diventate un'occasione per incontrarsi e coltivare le nostre usanze. Si tratta di un elemento importante dell'identità locale che contribuisce a rafforzare i legami all'interno della nostra comunità. Gli eventi in Alto Adige rivolgono sempre più attenzione al tema della sostenibilità e ne diventano così importanti ambasciatori. Ciò è in linea con la strategia di sostenibilità della Provincia e contribuisce a diffondere tale obiettivo nella società.

Riassumendo possiamo dire che gli eventi in Alto Adige sono una componente irrinunciabile della nostra cultura, della nostra economia e della nostra vita sociale. Riuniscono le persone, promuovono gli scambi culturali e rafforzano l'identità locale. È compito di tutti noi sostenere e sviluppare ulteriormente queste preziose iniziative, affinché l'Alto Adige rimanga una provincia vivace e attraente anche in futuro.

La varietà del panorama degli eventi è condizionata da alcune problematiche strutturali. Tra queste figurano:

- l'assenza di una rilevazione sistematica dei dati
- le carenze nel settore del volontariato
- la crescente complessità organizzativa e finanziaria
- la necessità di criteri chiari per i "lead events"

- Belastungsspitzen in bestimmten Saisons mit Auswirkungen auf Umwelt und Lebensqualität

Ohne eine kohärente Gesamtstrategie besteht die Gefahr, dass Südtirol im Wettbewerb mit strukturierten Regionen wie Nordtirol, Trentino und Venetien an Wettbewerbsfähigkeit verliert.

### **Die Zukunft der Veranstaltungen**

Die Vielfalt in der Veranstaltungsszene stellt aber auch Herausforderungen dar, die es anzugehen gilt. So gilt es das Gemeinsame im Veranstaltungssektor zu suchen und zu fördern. Hierzu gehört eine gemeinsame Nutzung von Daten ebenso, wie eine transparente und klare Kommunikation, welchen Stellenwert die sogenannten Lead-Events für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft haben. Dies setzt aber voraus, dass eine umfangreiche Analyse, Diskussion und in der Folge eine klare Strategie zur Veranstaltungsszene in Südtirol stattfindet. Wenn dieser Weg nicht gegangen wird und es keine Strategie für die Zukunft gibt, riskiert Südtirol, wichtige und notwendige Veranstaltungen zu verlieren. Schon heute ist es schwierig, Menschen zu finden, die die Verantwortung übernehmen und in Organisationskomitees mitarbeiten. Ein großes Thema ist und wird immer stärker die Finanzierung von Veranstaltungen werden. Hier muss eine gemeinsame Strategie unter Einbeziehung des Landes, der Wirtschaft und der Eventszene, die vorwiegend von ehrenamtlichen Vereinen bestimmt wird, angegangen werden. Die gleichen Problematiken gibt es in vielen anderen Ländern. Tirol ist in dieser Thematik einen neuen und sehr professionellen Weg gegangen, der auch für Südtirol ein gangbarer Weg sein könnte.

### **Vorbild Sport Event Strategie Tirol**

Das Nachbarland Tirol hat es mit der Sport Event Strategie Tirol vorgemacht: Ein handlungsleitender Orientierungsrahmen sorgt für den wirkungsvollen Einsatz und die nachhaltige Nutzung von Sportveranstaltungen. Zuvor hat man oft die Abwesenheit eines Gesamtkonzepts, die zeitliche Dichte, Budgeterhöhungen wegen Falschplanung, fehlende Konzepte der Nachnutzung sowie schwindende Akzeptanz unter der Bevölkerung bemängelt.

- i picchi di affluenza in specifici periodi dell'anno, con ripercussioni sull'ambiente e sulla qualità della vita

Se non si mette in campo una strategia globale coerente, si corre il rischio che l'Alto Adige perda competitività rispetto a regioni più strutturate come il Land Tirolo, il Trentino e il Veneto.

### **Il futuro degli eventi**

Un'offerta così molteplice di eventi richiede tuttavia anche che vengano affrontate alcune sfide. Nel settore degli eventi è ad esempio importante individuare e promuovere gli aspetti comuni. Ciò comprende sia la condivisione dei dati sia una comunicazione trasparente e chiara sull'importanza che i cosiddetti "lead events" rivestono per la politica, l'economia e la società. Tuttavia, questo presuppone che si proceda a un'ampia analisi con un relativo dibattito e, di conseguenza, alla definizione di una strategia chiara per il settore degli eventi in Alto Adige. Se non si procede in questa direzione e non si definisce una strategia per il futuro, l'Alto Adige rischia di perdere eventi importanti e necessari. Già oggi è difficile trovare persone che si assumano delle responsabilità e collaborino ai comitati organizzativi. Un problema importante è, e diventerà sempre più, il finanziamento degli eventi. In questo ambito è necessario sviluppare una strategia congiunta che coinvolga la Provincia, il mondo economico e il settore degli eventi, che è rappresentato soprattutto dalle organizzazioni di volontariato. Le stesse problematiche si riscontrano in molte altre regioni. Il Land Tirolo ha intrapreso al riguardo un percorso nuovo e molto professionale, che potrebbe rappresentare una valida soluzione anche per l'Alto Adige.

### **L'esempio della strategia del Land Tirolo per gli eventi sportivi**

Il Land Tirolo ci ha indicato la strada con la sua strategia per gli eventi sportivi: questo quadro di riferimento garantisce uno sfruttamento efficiente e sostenibile degli eventi sportivi. In precedenza, erano spesso stati criticati l'assenza di un piano generale, l'eccessiva densità degli eventi, l'aumento dei costi dovuto a errori di pianificazione, la mancanza di piani per il riutilizzo e la sempre minore accettazione di tali iniziative da parte della popolazione.

Anhand eines umfassenden Screenings des Eventmarkts hinsichtlich globaler Großveranstaltungen sowie aufstrebender Kategorien und Formate, einschließlich Sondierung von passenden Großereignissen, unter Berücksichtigung nächstmöglich verfügbarer Bewerbungsmöglichkeiten, der Analyse von Sportverhaltensdaten und Konsuminteressen, der Evaluation von „Best Practices“ in anderen Regionen und Ländern, dem Austausch mit dort mitwirkenden Expertinnen und Experten hinsichtlich Herangehensweise in der Strategieentwicklung und den relevanten Erfolgsfaktoren in der Implementierung wurde das Gesamtkonzept erarbeitet.

#### Wichtige Aspekte der Strategie:

- **Leitziele und Handlungsschwerpunkte:** Sechs Leitziele und Handlungsschwerpunkte wurden erarbeitet, darunter die Nutzung bestehender Anlagen, die Förderung nachhaltiger Veranstaltungen und die Akquise von Sportgroßveranstaltungen.
- **Synergien und Bedürfnisse:** Die Event Strategie strebt landesweit Synergien und die Berücksichtigung der Bedürfnisse aller Beteiligten an. Dies umfasst Infrastrukturen, Vernetzung und Nachhaltigkeit.
- **Kategorisierung und Gewichtung:** Die Förderung von Veranstaltungen wird nach Gesamtstrategie und Wirksamkeit auf verschiedenen Ebenen (Wirtschaftlichkeit, Standortimage, Nachhaltigkeit und Akzeptanz) kategorisiert und gewichtet. Ganzheitliches Wirkungsverständnis: Die Strategie berücksichtigt nicht nur ökonomisch-touristische Wirkungen, sondern auch andere Bereiche wie Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und Medialisierung.
- **Systematische Entscheidungen:** Transparente, professionelle und kosteneffiziente Umsetzung sowie Förderprogramme mit Anreizen für nachhaltige Maßnahmen sind Teil der Strategie.
- **Leitlinien für eine vielfältige Eventlandschaft:** Die Strategie legt Qualitätsstandards fest und berücksichtigt Aspekte wie Wirkung, Nachhaltigkeit und regionale Verankerung.
- **Typisierung von Tiroler Sportevents:** Ein einheitliches Rahmenwerk zur Einordnung von Sportveranstaltungen in Tirol wurde entwickelt, um Event-Daten wissenschaftlich systematisch zu

Il piano generale è stato predisposto sulla base di un'analisi completa del mercato dei grandi eventi su scala internazionale nonché delle categorie e dei formati emergenti. Si è considerato come identificare i grandi eventi più adeguati, tenendo conto delle più prossime opportunità di candidatura, dell'analisi dei dati sulle abitudini sportive e degli interessi dei consumatori, della valutazione delle buone pratiche in altre regioni e Paesi nonché del confronto con i relativi esperti in merito all'approccio adottato nello sviluppo della strategia e nella definizione dei fattori di successo.

#### Aspetti importanti della strategia

- **Obiettivi ed elementi operativi:** sono stati definiti sei obiettivi ed elementi operativi, tra cui lo sfruttamento delle strutture esistenti, la promozione di eventi sostenibili e l'aggiudicazione di grandi eventi sportivi.
- **Sinergie ed esigenze:** la strategia per gli eventi tende a creare sinergie a livello regionale e a tener conto delle esigenze di tutte le parti interessate. Ciò include le infrastrutture, i collegamenti e la sostenibilità.
- **Classificazione e ponderazione:** la promozione degli eventi viene classificata e ponderata in base alla strategia complessiva e all'efficacia a vari livelli (economicità, reputazione della località, sostenibilità e accettazione). Consapevolezza delle interazioni: la strategia tiene conto non solo degli effetti economici e turistici ma anche di altri ambiti quali lo sport, la cultura, il sociale, l'ambiente e la mediatizzazione.
- **Decisioni sistemiche:** la strategia comprende anche un'attuazione trasparente, professionale ed economica dei progetti nonché programmi di sostegno con incentivi per misure sostenibili.
- **Linee guida per un insieme di eventi diversificato:** la strategia definisce gli standard qualitativi e tiene conto di aspetti quali l'impatto, la sostenibilità e il radicamento nella regione.
- **Tipizzazione degli eventi sportivi tirolesi:** è stato sviluppato un quadro di riferimento unitario per classificare gli eventi sportivi nel Land Tirolo, al fine di acquisire e analizzare i relativi dati in

erfassen und zu analysieren. Veranstaltungen werden nach ihrer Größe in Kategorien wie XS, S, M und L eingeteilt (z. B. anhand von Publikumerwartung, Budget und mediale Resonanz).

- Wertschätzung des Ehrenamts, der Emotionen und der persönlichen Bereicherung beim Mitmachen und Genießen der Veranstaltungen fließen ein.

Die Sport Event Strategie Tirol wurde in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus der Welt des Sports, des Tourismus und aus anderen relevanten Bereichen erarbeitet, und sie berücksichtigt auch das Stimmungsbild der Bevölkerung.

### **Das Verschwinden von Traditionsveranstaltungen in Südtirol**

Südtirol erlebt derzeit ein spürbares „Event-Sterben“: Gleich zwei der bekanntesten Sporttraditionen des Landes – der Reschenseelauf und der Dolomiti Superbike – haben ihre Einstellung bekannt gegeben. Beide galten jahrzehntelang als Aushängeschilder für Breitensport, Tourismus und regionale Identität. Die Gründe für das Ende dieser Veranstaltungen ähneln sich deutlich. Beim Reschenseelauf verweisen die Organisatoren auf zunehmende bürokratische Auflagen, steigende finanzielle und organisatorische Belastungen sowie einen deutlichen Mangel an freiwilligen Helfern. Auch die Unterstützung durch lokale Partner wurde zunehmend als unzureichend wahrgenommen.

Beim Dolomiti Superbike zeigt sich ein vergleichbares Bild: Das OK betont, dass sich kein Nachfolger mehr findet, der sich den stark gestiegenen Auflagen stellen möchte, und dass der organisatorische Aufwand nach 30 Jahren kaum mehr zu bewältigen sei. Zusätzlich verändern gesellschaftliche Trends die Rahmenbedingungen. Aus Veranstalterkreisen wird zunehmend Kritik an fehlender struktureller Unterstützung laut. Sie verweisen darauf, dass sich die Rahmenbedingungen so stark gewandelt haben, dass eine Fortführung ohne strukturelle Änderungen nicht realistisch ist. Das Aus traditionsreicher Veranstaltungen wie dem Reschenseelauf und dem Dolomiti Superbike ist kein Einzelfall, sondern Symptom eines strukturellen Problems. Steigende Auflagen, fehlende ehrenamtliche Ressourcen und mangelnde politische Priorisierung gefährden eine Sport- und Eventkultur, die Südtirol über Jahrzehnte geprägt hat.

modo sistematico e scientifico. Gli eventi sono classificati in diverse categorie come XS, S, M e L in base alle loro dimensioni (ad esempio in base al numero previsto di partecipanti, al budget e alla risonanza mediatica).

- Si tiene conto del valore del volontariato, delle emozioni e dell'arricchimento personale derivanti dalla partecipazione e dal divertimento durante gli eventi.

La strategia del Land Tirol per gli eventi sportivi è stata sviluppata in collaborazione con esperte ed esperti del mondo dello sport, del turismo e di altri settori rilevanti, tenendo altresì conto del gradimento della popolazione.

### **Il calo degli eventi tradizionali in Alto Adige**

L'Alto Adige è attualmente teatro di una vera e propria "moria degli eventi": Ben due delle tradizioni sportive più famose della provincia – il Giro del Lago di Resia e la Dolomiti Superbike - sono state sospese. Per decenni entrambe sono state un fiore all'occhiello dello sport di massa, del turismo e dell'identità locale. Le ragioni alla base della cessazione di questi eventi sono molto simili. Per quanto riguarda il Giro del Lago di Resia, gli organizzatori indicano l'aumento degli oneri burocratici, finanziari e organizzativi nonché una netta carenza di volontari. Anche il contributo dei partner locali viene sempre più valutato come insufficiente.

Per quanto riguarda la Dolomiti Superbike, il quadro è simile: il comitato organizzativo evidenzia che non si trova più un successore disposto ad affrontare le sempre maggiori prescrizioni e che, dopo 30 anni, il carico organizzativo è ormai quasi insostenibile. Anche le tendenze sociali stanno modificando il contesto generale. Dagli ambienti degli organizzatori si levano sempre più critiche riguardo alla mancanza di un sostegno strutturale. Essi sottolineano che le condizioni generali sono cambiate a tal punto che, in assenza di un cambiamento strutturale, andare avanti non è più realistico. Il venir meno di manifestazioni di lunga tradizione come il Giro del Lago di Resia e la Dolomiti Superbike non è un caso isolato, ma il sintomo di un problema strutturale. L'aumento delle prescrizioni, la carenza di volontari e la scarsa priorità politica attribuita a questo settore mettono a rischio una cultura dello sport e degli eventi che per decenni ha contraddi-

stinto l'Alto Adige.

Dies alles vorausgeschickt,

Tutto ciò premesso,

**beauftragt  
der Südtiroler Landtag  
die Landesregierung**

**il Consiglio della Provincia  
autonoma di Bolzano  
incarica la Giunta provinciale**

1. ein umfassendes Screening mit Einrichtung einer Beobachtungsstelle des Eventmarktes in Südtirol in Auftrag zu geben, um relevantes Zahlenmaterial für die weiteren Schritte hin zu einer umfassenden Event-Strategie nach dem Vorbild Tirols zu erhalten
2. die Ausarbeitung einer Event-Strategie-Südtirol in Auftrag zu geben, unter Einbindung aller Stakeholder der Landesverwaltung, der Wirtschaft, im Besonderen der Eventwirtschaft, des Ehrenamtes und der so genannten Lead-Events (Lernen von den Besten).

1. di commissionare un'ampia analisi del mercato degli eventi in Alto Adige, con la creazione di un relativo osservatorio, al fine di ottenere dati rilevanti per ulteriori passi verso una strategia generale degli eventi basata sul modello del Land Tirolo;
2. di commissionare l'elaborazione di una strategia degli eventi per l'Alto Adige, coinvolgendo tutte le parti interessate dell'amministrazione provinciale, del mondo dell'economia – e in esso soprattutto il settore eventi –, del volontariato e dei cosiddetti "lead events" (imparare dai migliori).

gez. Landtagsabgeordnete  
Alex Ploner  
Paul Köllensperger  
Franz Ploner  
Maria Elisabeth Rieder

f.to consiglieri provinciali  
Alex Ploner  
Paul Köllensperger  
Franz Ploner  
Maria Elisabeth Rieder