

**Abteilung 8 - Landesinstitut für Statistik**Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen  
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet  
Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c legge 662/96 (Bolzano)Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen  
Verantwortlicher Direktor: Dr. Alfred Aberer

Gedruckt auf Recyclingpapier - Druck: ALTO ADIGE, Bozen

[www.provinz.bz.it/astat](http://www.provinz.bz.it/astat)  
[astat@provinz.bz.it](mailto:astat@provinz.bz.it)**Ripartizione 8 - Istituto provinciale di statistica**Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano  
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)  
Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c legge 662/96 (Bolzano)Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89  
Direttore responsabile: Dr. Alfred Aberer

Stampato su carta riciclata - Stampa: ALTO ADIGE, Bolzano

[www.provincia.bz.it/astat](http://www.provincia.bz.it/astat)  
[astat@provincia.bz.it](mailto:astat@provincia.bz.it)**astat info**Nr. **12** März / Marzo 2009

## Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

2008

Die Untersuchung und das Ausmaß des Verbrauchs stellen die Eckpfeiler für die Struktur- und Konjunkturanalysen eines bestimmten Gebietes dar. Sie liefern grundlegende Informationen, anhand derer das Verhalten der öffentlichen und privaten Haushalte gelenkt und deren Entscheidungen unterstützt werden können. Vor dem Hintergrund des komplexen Konjunktur-

## Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2008

Lo studio e la misura dei consumi costituiscono un pilastro fondamentale per l'analisi strutturale e congiunturale di un determinato territorio fornendo indicazioni essenziali per orientare i comportamenti e supportare le decisioni dei soggetti pubblici e privati. Alla luce della complessa situazione congiunturale che caratterizza l'economia locale e nazionale, l'obiettivo che si pro-

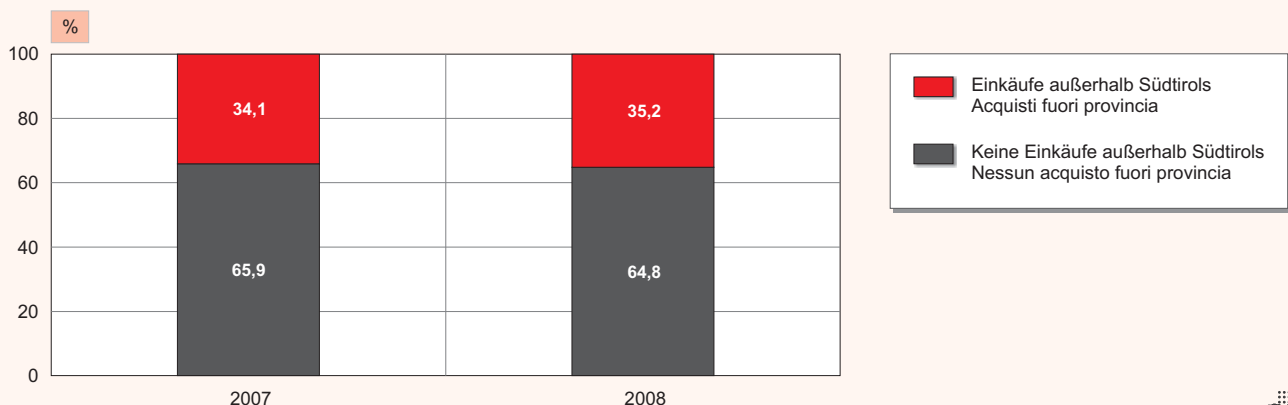
Graf. 1

**Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte - 2007 und 2008**

Prozentuelle Verteilung

**Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine - 2007 e 2008**

Composizione percentuale



© astat 2009 - sr



verlaufs auf gesamtstaatlicher und lokaler Ebene setzt sich die *Untersuchung zu den Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte* das Ziel, mögliche Veränderungen der Neigungen bei den Einkäufen, der Vorlieben und vor allem der Konsumgewohnheiten der in Südtirol ansässigen Haushalte zu überwachen.

2008 nahmen insgesamt 640 Haushalte an der Erhebung teil. Die einzelnen befragten Haushalte lieferten Informationen zu ihren Kaufgewohnheiten, den Vorlieben für den Einkaufsort, zur Häufigkeit und den damit zusammenhängenden Kriterien für Auswärtseinkäufe sowie über die Art der bevorzugten Einkaufsstruktur oder des Verteilungsnetzes. Die Analyse der wichtigsten Ergebnisse der Erhebung zeigt keine wesentlichen Veränderungen gegenüber 2007: Mehr als ein Drittel der Südtiroler Haushalte hat angegeben, außerhalb des Landes eingekauft zu haben (einschließlich Katalogversand oder Einkäufe über Internet). 22,3% der befragten Haushalte haben überwiegend einmalige Einkäufe getätigt, während 13,0% regelmäßig zum Einkaufen Südtirol verlassen haben. Einige dieser Haushalte haben angegeben, sowohl einmalige als auch wiederholte Einkäufe außerhalb des Landes getätigt zu haben. Ändert sich der Prozentsatz der Haushalte, die Auswärtseinkäufe tätigen, im Wesentlichen kaum, so ist die Zahl derjenigen, die regelmäßig außerhalb des Landes einkaufen, gegenüber dem Vorjahr gestiegen (9,8% im Jahr 2007). Gleichzeitig ist die Zahl derjenigen, welche nur gelegentlich Auswärtseinkäufe tätigen (25,1% im Jahr 2007), gesunken.

Die *indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine* è quello di monitorare gli eventuali cambiamenti nelle propensioni di acquisto, nei gusti e soprattutto nelle abitudini di consumo delle famiglie residenti in provincia di Bolzano.

Nel 2008 sono state coinvolte dall'indagine complessivamente 640 famiglie. I singoli nuclei familiari che sono stati intervistati hanno fornito indicazioni sulle proprie abitudini di acquisto esprimendo delle preferenze sulla destinazione, sulla frequenza e conseguente motivazione degli acquisti fuori provincia nonché sulla tipologia di struttura o rete distributiva preferita per lo shopping. Dall'analisi dei principali risultati dell'indagine non emergono sostanziali differenze rispetto al 2007: oltre un terzo delle famiglie altoatesine hanno dichiarato di aver effettuato acquisti fuori provincia (compresi gli acquisti tramite catalogo o via internet). Il 22,3% delle famiglie intervistate ha effettuato prevalentemente acquisti occasionali, mentre il 13,0% ha varcato regolarmente i confini provinciali per effettuare lo shopping. Fra questi, alcuni nuclei familiari hanno segnalato di aver effettuato sia acquisti occasionali sia acquisti ripetuti fuori provincia. Pur non modificandosi nella sostanza la percentuale delle famiglie che prediligono lo shopping in trasferta, rispetto all'anno precedente sono aumentati i nuclei familiari che evadono dal territorio altoatesino con regolarità (9,8% nel 2007), mentre si è ridotto il numero di coloro che si recano fuori provincia solo saltuariamente (25,1% nel 2007).

Tab. 1

### Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheit - 2008

#### Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2008

	Haushalte Famiglie %	Alter der Bezugsperson Età della persona di riferimento	Anzahl der Haushaltsmitglieder Numero dei componenti familiari	
		Mittelwert Valore medio	Mittelwert Valore medio	
Keine Einkäufe außerhalb Südtirols	64,8	59	2,3	Nessun acquisto fuori provincia
Einmalige Einkäufe außerhalb Südtirols	(a) 22,3	49	2,8	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols	(a) 13,0	45	3,1	Acquisti ripetuti fuori provincia
<b>Insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>55</b>	<b>2,5</b>	<b>Totale</b>

(a) Haushalte mit Einkäufen außerhalb Südtirols können diese einmalig und/oder mehrmals tätigen und deshalb in beide der oben genannten Kategorien fallen. Aus diesem Grund weicht die Summe der prozentuellen Verteilung von 100% ab.

Le famiglie possono effettuare acquisti al di fuori della provincia di Bolzano una volta e/o più volte e pertanto possono rientrare contemporaneamente in entrambe le casistiche menzionate sopra (acquisti occasionali e acquisti ripetuti). Per questo motivo la somma della composizione percentuale si discosta dal valore 100%.

### Junge Haushalte sind vom Shopping außerhalb des Landes angezogen

Die Haushalte, welche Auswärtseinkäufe bevorzugen, zeichnen sich durch das junge Alter der Bezugsperson und deren hohes Bildungsniveau aus (50,0% der

### Le famiglie giovani attratte dallo shopping fuori provincia

Le famiglie che prediligono lo shopping in trasferta si caratterizzano per la giovane età della persona di riferimento ed il suo elevato livello di istruzione (il 50,0%

Bezugspersonen, welche ein Doktorat oder Universitätsdiplom haben, kaufen außerhalb Südtirols ein). Ein interessanter Aspekt ist die besonders weite Verbreitung der Auswärtseinkäufe bei getrennt lebenden oder geschiedenen Bezugspersonen: 40,7% bzw. 43,3% der Personen in einer der beiden Situationen haben angegeben, Einkäufe außerhalb des Landes zu bevorzugen.

delle persone di riferimento che sono in possesso di una laurea o di un diploma universitario effettuano acquisti fuori provincia). È interessante notare come l'evasione fuori provincia sia particolarmente diffusa fra le persone di riferimento separate e divorziate: rispettivamente il 40,7% ed il 43,3% di coloro che si trovano in questa condizione hanno dichiarato di prediligere questa modalità per effettuare i propri acquisti.

Tab. 2

**Haushalte nach Kaufgewohnheit, Altersklasse, Haushaltsstand und Studientitel der Bezugsperson - 2008**

Prozentuelle Verteilung

**Famiglie per abitudine di acquisto, classe di età, stato civile e titolo di studio della persona di riferimento - 2008**

Distribuzione percentuale

SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE DER BEZUGSPERSON	Einkäufe außerhalb Südtirols Acquisti fuori provincia		CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE DELLA PERSONA DI RIFERIMENTO
	Nein/No	Ja/Sì	
<b>Altersklassen (Jahre)</b>			<b>Classi di età (anni)</b>
16-40	51,7	48,3	16-40
41-65	57,0	43,0	41-65
über 65	86,4	13,6	oltre i 65
<b>Insgesamt</b>	<b>64,8</b>	<b>35,2</b>	<b>Totale</b>
<b>Haushaltsstand</b>			<b>Stato civile</b>
Ledig	60,8	39,2	Celibe/nubile
Verheiratet	62,0	38,0	Coniugato/a
Getrennt	59,3	40,7	Separato/a
Geschieden	56,7	43,3	Divorziato/a
Verwitwet	86,0	14,0	Vedovo/a
<b>Insgesamt</b>	<b>64,8</b>	<b>35,2</b>	<b>Totale</b>
<b>Studientitel</b>			<b>Titolo di studio</b>
Grundschulabschluss	89,5	10,5	Licenza elementare
Mittelschulabschluss	67,9	32,1	Licenza media
Fachdiplom	50,7	49,3	Diploma di qualifica
Matura	52,6	47,4	Diploma di maturità
Doktorat oder Universitätsdiplom	50,0	50,0	Laurea o diploma universitario
<b>Insgesamt</b>	<b>64,8</b>	<b>35,2</b>	<b>Totale</b>

**Bekleidung ist das meistgekaufte Produkt**

Bei den Südtiroler Haushalten, die außerhalb des Landes einkaufen, ist die Bekleidung die beliebteste Güterart. Anschließend ergibt sich sowohl für einmalige als auch wiederholte „Auswärtskäufer“ folgende Reihung der bevorzugten Güterarten: Lebensmittel, andere Güterarten (vor allem Spielwaren, Bücher, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte), Wohnungseinrichtung und Hausrat, elektronische und elektrische Geräte.

**I capi di abbigliamento sono gli articoli più acquistati**

I capi di abbigliamento sono gli articoli di maggior richiamo per le famiglie altoatesine che si recano fuori provincia ad effettuare i propri acquisti. A seguire, sia gli "evasori" occasionali sia gli habitués dello shopping in trasferta scelgono di acquistare in ordine di preferenza: generi alimentari, altre tipologie di beni (in particolare giocattoli, libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona), articoli di arredamento e oggettistica per la casa e apparecchi elettronici ed elettrici.

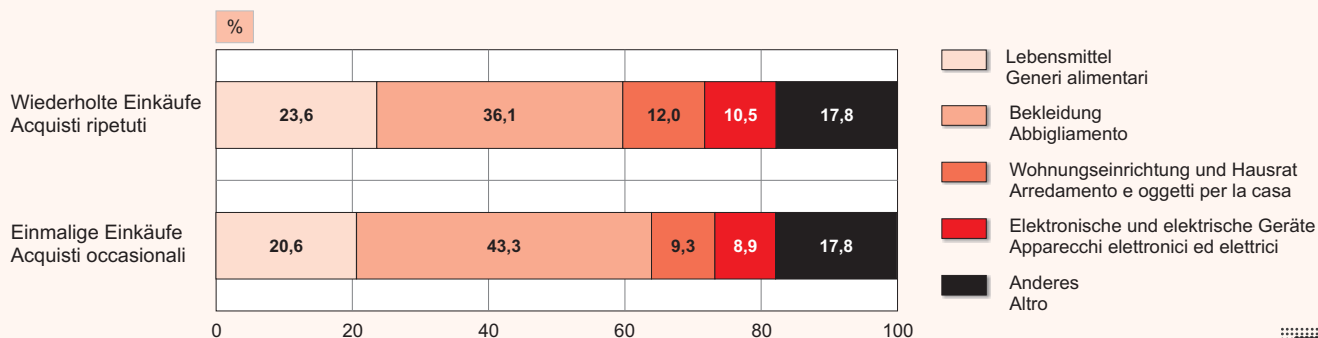
Graf. 2

**Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufgewohnheit und Güterart - 2008**

Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2008**

Composizione percentuale



© astat 2009 - sr



**Weniger Geld für Auswärtseinkäufe zur Verfügung**

Die finanziellen Mittel, die den Südtiroler Haushalten für Auswärtseinkäufe zur Verfügung stehen, sind gegenüber 2007 merklich gesunken. Dieser Abwärtstrend bestätigt die Rezession, die auch auf lokaler Ebene spürbar ist, und ist gleichzeitig ein klares Zeichen für den Besorgtheitsgrad der Haushalte. Im Jahr 2008 haben die Haushalte, die einmalig außerhalb Südtirols eingekauft haben, im Durchschnitt **180 Euro** pro Auswärtseinkauf ausgegeben (2007: 271 Euro). Wer wiederholt außerhalb des Landes eingekauft hat, gab durchschnittlich **214 Euro** aus (2007: 263 Euro).

**Budget ridotto per gli acquisti fuori provincia**

Rispetto al 2007, il budget destinato dalle famiglie altoatesine allo shopping fuori provincia ha subito una significativa riduzione. Questo trend negativo conferma la fase recessiva in atto anche a livello locale e rappresenta un chiaro segnale dello stato di preoccupazione in cui si trovano le famiglie. Nel 2008 le famiglie che si sono recate occasionalmente fuori provincia ad effettuare i propri acquisti hanno sostenuto in media una spesa pari a **180 euro** a trasferta (271 euro nel 2007), mentre coloro che hanno fatto dello shopping fuori provincia una routine hanno sostenuto un

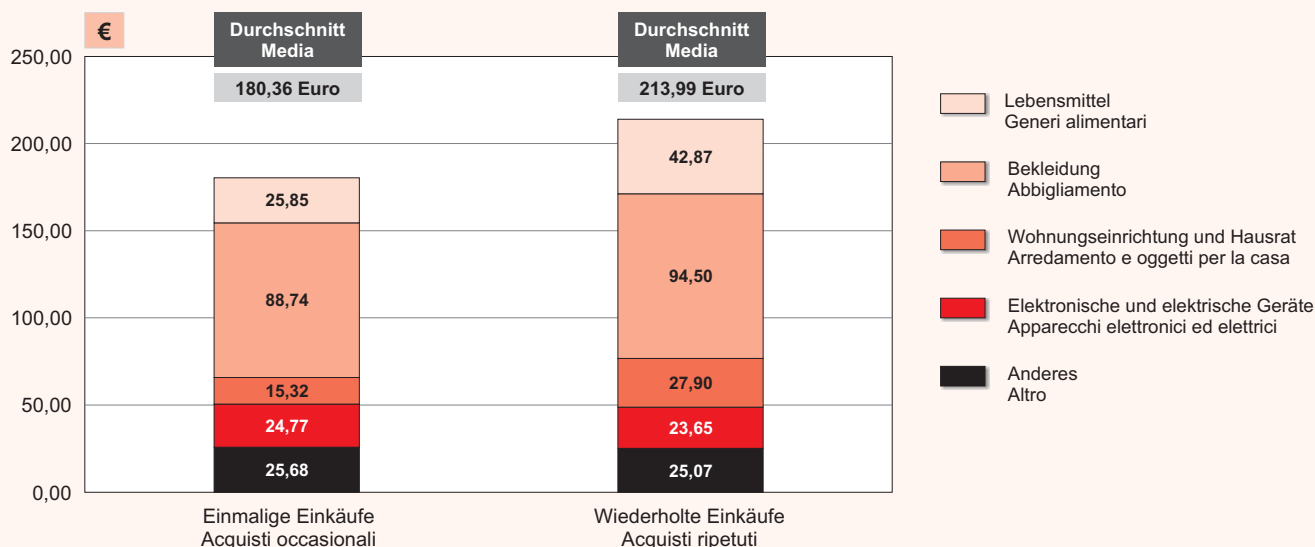
Graf. 3

**Durchschnittliche Gesamtausgaben nach Kaufgewohnheit und Güterart - 2008**

Beträge in Euro

**Spesa media totale per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2008**

Valori in euro



© astat 2009 - sr



Erstmals haben die Ausgaben der Haushalte, die wiederholt Auswärtseinkäufe tätigen, jene der Haushalte, die einmalig außerhalb Südtirols einkauften, überstiegen. Die größten Ausgaben entstanden für Bekleidung und, bei den einmaligen Einkäufen, für Lebensmittel und andere Güterarten. Bei den wiederholten Auswärtseinkäufen folgten auf die Bekleidung Lebensmittel und Wohnungseinrichtung und Hausrat.

esborso medio pari a **214 euro** (263 euro nel 2007). Per la prima volta il budget investito dalle famiglie che si sono recate ripetutamente fuori provincia ha superato quello delle famiglie che hanno effettuato solo saltuariamente acquisti in trasferta. Le risorse maggiori sono state riversate sui capi di abbigliamento, seguiti, nel caso degli acquisti occasionali, dai generi alimentari e dalle altre tipologie di beni e, nel caso degli acquisti ripetuti, dai generi alimentari e dagli articoli di arredamento e oggettistica per la casa.

### Günstigere Preise liegen Auswärtseinkäufen zugrunde

Die günstigeren Preise sind mit Abstand der Hauptgrund für die Südtiroler Haushalte, die eigenen Einkäufe außerhalb des Landes zu tätigen. 67,7% der Haushalte, die Auswärtseinkäufe machen, schätzen die Preise außerhalb Südtirols für alle analysierten Güterarten günstiger ein. Die Auswahl bzw. die Möglichkeit, aus einer breiteren Palette von Produkten der gleichen Art zu wählen, ist für 25,1% der Haushalte vorteilhaft. Das Angebot von qualitativ hochwertigeren Produkten und von zusätzlichen Diensten (z.B. Parkplätze, Garantieleistungen, fachliche Beratung) wurden von 7,3% aller Haushalte als ausschlaggebend für die Kaufentscheidung angegeben.

### Prezzi migliori alla base dello shopping in trasferta

I prezzi più convenienti sono di gran lunga la motivazione principale che spinge le famiglie altoatesine a recarsi fuori provincia ad effettuare i propri acquisti. Il 67,7% dei nuclei familiari che evadono per lo shopping, reputa migliori i prezzi spuntati fuori provincia per tutte le categorie merceologiche analizzate. L'assortimento, e quindi la possibilità di scegliere fra una gamma più vasta di articoli dello stesso tipo, viene ritenuto vantaggioso dal 25,1% delle famiglie, mentre l'offerta di articoli di standard qualitativo più elevato e la presenza di numerosi servizi accessori (vedasi parcheggi, garanzie, consigli specializzati) sono stati menzionati come elementi determinanti delle scelte di acquisto complessivamente dal 7,3% delle famiglie.

Tab. 3

#### Einkäufe außerhalb Südtirols nach Hauptkaufkriterium und Güterart - 2008

Prozentuelle Verteilung

#### Acquisti fuori provincia per motivazione principale dell'acquisto e tipologia di bene acquistato - 2008

Distribuzione percentuale

GÜTERART	Kaufkriterien / Motivazione dell'acquisto					Insgesamt Totale	TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
	Qualität Qualität	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi			
Lebensmittel	7,2	25,2	67,6	-	<b>100,0</b>	Generi alimentari	
Bekleidung	5,9	26,2	65,8	2,0	<b>100,0</b>	Abbigliamento	
Wohnungseinrichtung und Hausrat	2,0	32,0	64,0	2,0	<b>100,0</b>	Arredamento e oggetti per la casa	
Elektronische und elektrische Geräte	10,6	21,3	66,0	2,1	<b>100,0</b>	Apparecchi elettronici ed elettrici	
Anderes	2,4	20,0	75,3	2,4	<b>100,0</b>	Altro	
<b>Insgesamt</b>	<b>5,7</b>	<b>25,1</b>	<b>67,7</b>	<b>1,6</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	

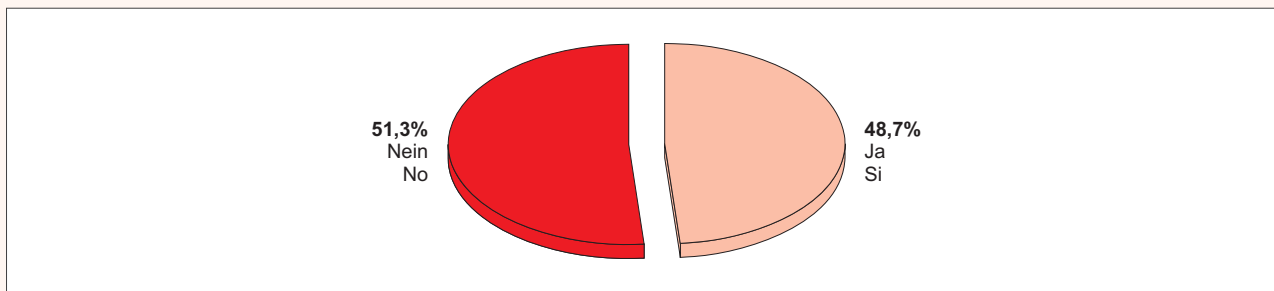
Für 48,7% der Haushalte, welche außerhalb Südtirols einkaufen, ist die Flexibilität bei den Öffnungstagen und -zeiten der Geschäfte (durchgehende sowie sonntägliche Öffnungszeiten) vorteilhaft und begünstigt somit die Auswärtseinkäufe.

Per il 48,7% dei nuclei familiari che si spostano per lo shopping, la flessibilità nelle giornate e negli orari di apertura dei negozi (orario continuato, aperture domenicali) giocano a favore degli acquisti fuori provincia.

Graf. 4

**Haben die Öffnungszeiten der Geschäfte außerhalb Südtirols zu Ihrer Kaufentscheidung beigetragen? - 2008**  
 Prozentuelle Verteilung

**Influenza degli orari di apertura dei negozi fuori provincia sulle scelta di acquisto delle famiglie altoatesine - 2008**  
 Distribuzione percentuale



© astat 2009 - sr



**Österreich und Internet ziehen die Südtiroler Haushalte an**

Österreich bleibt weiterhin das Hauptziel der Südtiroler Haushalte, welche außerhalb des Landes ihre Einkäufe tätigen. Erstmals wird jedoch das Trentino vom zweiten Platz verdrängt und von Deutschland und vor allem von den Online-Einkäufen überholt. Dieser plötzliche Anstieg des Online-Shoppings zeigt deutlich, dass Auswärtseinkäufe (zu denen auch die Online-Einkäufe zählen) ein Kennzeichen der jungen Haushalte sind, die mit dem Internet vertrauter sind

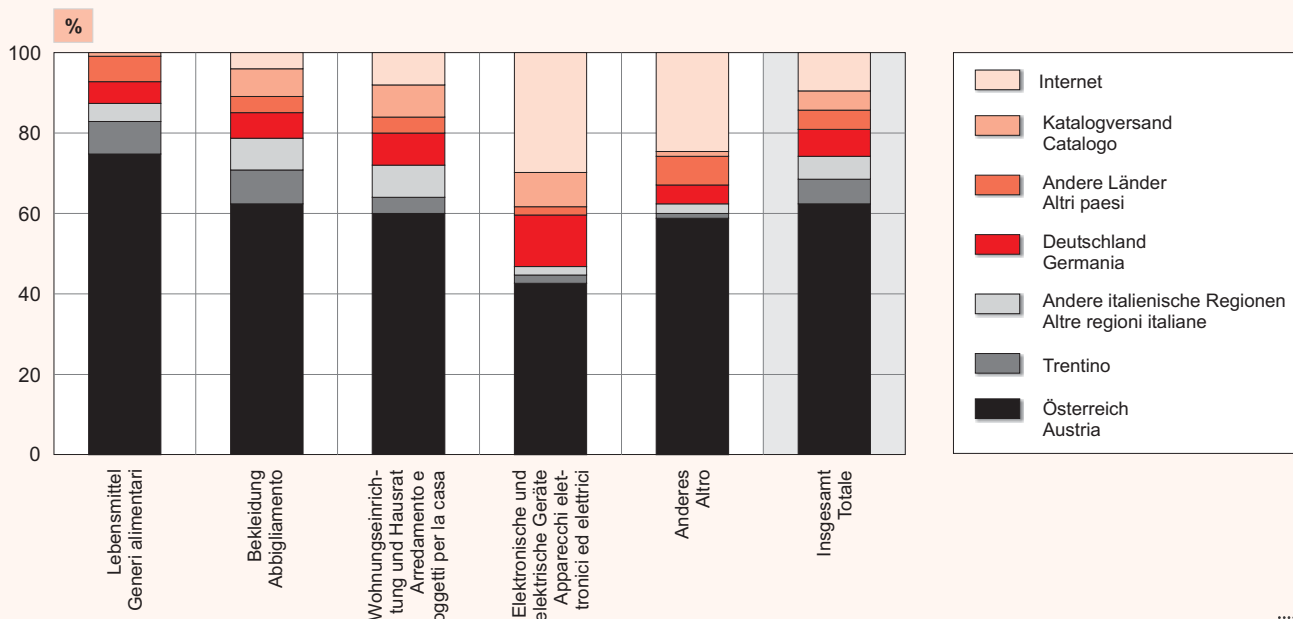
**L'Austria e internet attraggono le famiglie altoatesine**

L'Austria rimane la destinazione principale delle famiglie altoatesine che si recano fuori provincia ad effettuare i propri acquisti. Per la prima volta il Trentino risulta invece scalzato dalla sua seconda posizione cedendo il passo alla Germania ma soprattutto agli acquisti online. Questo repentino incremento dello shopping virtuale conferma che l'evasione fuori provincia, considerando come tale anche gli acquisti online, è una prerogativa delle famiglie giovani più avvez-

Graf. 5

**Einkäufe außerhalb Südtirols nach Güterart und Einkaufsziel - 2008**  
 Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per tipologia di bene acquistato e luogo di acquisto - 2008**  
 Distribuzione percentuale



© astat 2009 - sr



und somit bessere Preise und eine vollständigere Produktpalette zur Verfügung haben. Während außerhalb der Landesgrenzen überwiegend Lebensmittel, Bekleidung, Wohnungseinrichtung und Hausrat gekauft werden, überwiegen bei den Online-Einkäufen elektronische und elektrische Geräte und andere Güterarten, vor allem Spielwaren, Bücher und CDs.

## Einkaufszentrum als bevorzugtes Ziel

Das Einkaufszentrum verteidigt seine Position als bevorzugte Struktur für Auswärtseinkäufe der Südtiroler. Die großen Einkaufsstrukturen sind besonders für den Kauf von Lebensmitteln und Bekleidung beliebt. In den Fachgeschäften werden vor allem andere Güterarten (dabei hauptsächlich Körperpflegeprodukte) und Wohnungseinrichtung und Hausrat gekauft. Im Großhandel überwiegen Einrichtungs- und Haushaltsartikel, gefolgt von den Lebensmitteln.

## Methodische Aspekte

Die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte* wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Südtirols, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Konsumverhalten der Südtiroler Haushalte für das Jahr 2008 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden im Rahmen eines persönlichen Interviews (face to face) befragt und so das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte ermittelt. Die an der Erhebung zum Konsumverhalten teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

Es handelt sich um eine Erhebung, die monatlich durchgeführt wird, wobei die Befragung zu jenen Einkäufen erfolgt, die jeweils in den drei Monaten vor der Befragung getätigt wurden.

ze all'utilizzo di questo strumento, attraverso il quale riescono a spuntare prezzi migliori e a beneficiare di una gamma più completa di articoli. Mentre oltre confine si acquistano in prevalenza generi alimentari, articoli di abbigliamento, arredamento e oggettistica per la casa, on-line prevalgono gli acquisti di apparecchi elettronici ed elettrici e delle altre tipologie di beni in particolare giocattoli, libri e CD.

## Il centro commerciale è la meta preferita

Il centro commerciale si conferma la meta prediletta per lo shopping fuori provincia degli altoatesini. Le grandi strutture commerciali sono un forte richiamo per gli acquisti di generi alimentari e articoli di abbigliamento. Nei negozi specializzati si recano coloro che vogliono acquistare altre tipologie di beni (in particolare articoli per la cura della persona) e arredamento e oggettistica per la casa, mentre all'ingrosso prevalgono gli acquisti di articoli di arredamento e oggettistica per la casa, seguiti dai generi alimentari.

## Nota metodologica

L'*Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine* è stata curata dall'Astat in collaborazione con i Comuni della provincia di Bolzano interessati dall'Indagine Istat sui consumi delle famiglie per l'anno 2008. Attraverso le interviste face to face realizzate dai rilevatori presso le stesse famiglie che hanno partecipato alla rilevazione sui consumi, è stato possibile tracciare un quadro sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si rammenta che le famiglie che partecipano all'Indagine sui consumi vengono estratte in modo casuale dalle liste anagrafiche dei comuni campione, rispettando il disegno di campionamento previsto da Istat, il quale tiene conto della numerosità e della zona di residenza del nucleo familiare al fine di garantire la rappresentatività dei dati su scala provinciale.

Si tratta di una rilevazione condotta mensilmente nella quale viene chiesto di fornire indicazione in merito agli acquisti effettuati nei tre mesi precedenti la data dell'intervista.

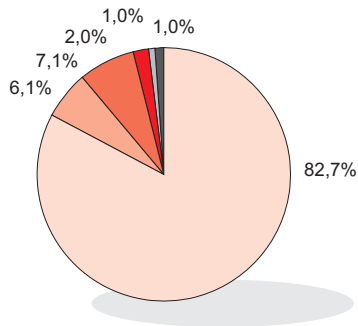
Ivonne Miotti



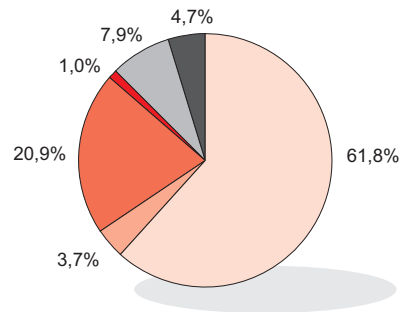
**Haushalte, die außerhalb Südtirols Einkäufe tätigen nach Geschäftstyp und Güterart - 2008**  
 Prozentwerte

**Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per canale di acquisto preferito e tipologia di bene acquistato - 2008**  
 Valori percentuali

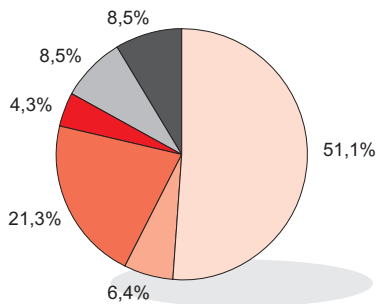
**Lebensmittel**  
 Generi alimentari



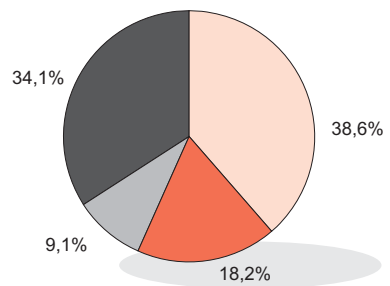
**Bekleidung**  
 Abbigliamento



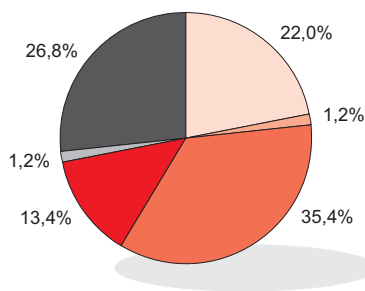
**Wohnungseinrichtung und Hausrat**  
 Arredamento e oggetti per la casa



**Elektronische und elektrische Geräte**  
 Apparecchi elettronici ed elettrici



**Anderes**  
 Altro



- Einkaufszentren  
Centro commerciale
- Großhandel  
Commercio all'ingrosso
- Spezialisiertes Fachgeschäft  
Negozio specializzato
- Direkt vom Hersteller  
Direttamente dal produttore
- Katalogversand  
Acquisto da catalogo
- Internet