

**Gemeinde Kaltern
an der Weinstrasse**

**Comune di Caldaro
sulla strada del vino**

**GEMEINDEORDNUNG DER VERKAUFS-
FORMEN FÜR TAGESZEITUNGEN UND
ZEITSCHRIFTEN, BEINHALTEND:**

**REGOLAMENTAZIONE COMUNALE
DELLE FORME DI VENDITA
DELLA STAMPA QUOTIDIANA E
PERIODICA, COMPRENSIVA DI:**

**TEIL A)
STANDORTPLAN FÜR VERKAUFS-
STELLEN**

**PARTE A)
PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA**

**TEIL B)
KRITERIEN FÜR DIE ERTEILUNG VON
GENEHMIGUNGEN FÜR ZEITUNGSVER-
KAUFSSTELLEN**

**PARTE B)
CRITERI PER IL RILASCIO DI AU-
TORIZZAZIONI PER PUNTI VENDI-
TA DI GIORNALI**

(Plan und Kriterien sind in Übereinstimmung mit den Landesrichtlinien der Autonomen Provinz Bozen, Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494 „Genehmigung der Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs“, sowie mit dem Artikel 10 ter des Dekretes des Landeshauptmanns vom 30. Oktober 2000, Nr. 39 erstellt worden)

(Piano e Criteri sono stati adottati in conformità agli Indirizzi impartiti dalla Provincia Autonoma di Bolzano con Deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007 titolata "Approvazione delle direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica" e secondo quanto stabilito dall'art. 10 ter del Decreto Presidente della Giunta Provinciale 30 ottobre 2000 n.39)

Verfassung
des Studio Associato Giovanelli – Trient
Alle Rechte vorbehalten

Elaborazione a cura di:
Studio Associato Giovanelli - Trento
Diritti riservati

INHALT

TEIL A **STANDORTPLAN FÜR VERKAUFSSTELLEN**

KAPITEL 1 **GENERALBERICHT**

- 1.1. Vorwort
- 1.2. Das Gesetz 13. April 1999, Nr. 108: Hinweise
- 1.3. Das Gesetzesvertretende Dekret vom 24. April 2001, Nr. 170 „Neuordnung des Verteilungssystems für Tageszeitungen und Zeitschriften“
- 1.4. Handelsordnung der Autonomen Provinz Bozen in Bezug auf den Zeitungs- und Zeitschriftenverkauf
- 1.5. Die Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs – Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494
 - 1.5.1. Die Anfang 2007 durchgeführte Analyse
 - 1.5.2. Inhalte der Landesbestimmungen

KAPITEL 2 **STATISTISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE ERHEBUNG**

- 2.1. Methodologie
- 2.2. Durchgeführte Untersuchung
 - 2.2.1. Urbanistische Eingrenzung der Zonen
 - 2.2.2. Bevölkerung je Zone
 - 2.2.3. Bestandsaufnahme der Verkaufsstellen: Anzahl und Lage
 - 2.2.4. Zufahrtsbedingungen
 - 2.2.5. Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften

KAPITEL 3 **ENDERGEBNISSE**

- 3.1. Endbewertung
- 3.2. Mögliche Neueröffnungen

TEIL B **BESTIMMUNGEN FÜR ZEITUNGSVERKAUFSSTELLEN**

1. Artikel
2. Anlagen

INDICE

PARTE A **PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA**

CAPITOLO 1 **RELAZIONE GENERALE**

- 1.1. Premessa
- 1.2. La legge 13 aprile 1999, n. 108: cenni
- 1.3. Il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 “Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica”
- 1.4. L’ordinamento del commercio della Provincia Autonoma di Bolzano in relazione alla vendita della stampa quotidiana e periodica
- 1.5. Le Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica - Deliberazione della Giunta Provinciale n. 1.494 di data 7 maggio 2007
 - 1.5.1. L’analisi condotta ad inizio 2007
 - 1.5.2. Contenuti delle Direttive provinciali

CAPITOLO 2 **INDAGINE STATISTICA E SOCIO-ECONOMICA**

- 2.1. Metodologia
- 2.2. L’analisi condotta
 - 2.2.1. Delimitazione urbanistica delle zone
 - 2.2.2. Popolazione per zona
 - 2.2.3. Censimento delle rivendite: numero e posizionamento
 - 2.2.4. Condizioni di accesso
 - 2.2.5. Entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni

CAPITOLO 3 **RISULTANZE FINALI**

- 3.1. Valutazioni conclusive
- 3.2. Nuove possibili attivazioni

PARTE B **NORMATIVA PER I PUNTI VENDITA DI GIORNALI**

1. Articoli
2. Allegati

TEIL A STANDORTPLAN FÜR VERKAUFS- STELLEN

KAPITEL 1 GENERALBERICHT

1.1. Vorwort.

Die Gemeinde Kaltern an der Weinstrasse hat dem Studio Associato Giovanelli einen Fachauftrag für die Ausarbeitung eines **Standortplans für Verkaufsstellen von Tageszeitungen und Zeitschriften** erteilt.

Die Reglementierung der gegenständlichen Materie erfolgte in Anpassung an die Kriterien der neuen Regelung zur Neuordnung des Verteilungssystems von Tageszeitungen und Zeitschriften, vor allem in Folge einer Versuchsphase, welche mit Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108 für die neuen Verkaufsformen von Drucksachen eingeleitet wurde.

Nach Abschluss dieser Phase hat die Regierung, in Durchführung der im Artikel 3 des obgenannten Gesetzes enthaltenen Vollmacht, das Gesetzesvertretende Gesetz vom 24. April 2001, Nr. 170, verabschiedet. Dieses hat den Regionen, im anstehenden Fall der Autonomen Provinz Bozen, die Zuständigkeit übertragen, die entsprechende Ordnung und insbesondere die Richtlinien für die Gemeinden zu erlassen, um die neuen „Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen für Tageszeitungen und Zeitschriften“ zu erarbeiten.

Diese hat zuerst den Beschluss vom 14. Februar 2005, Nr. 342 „Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs – Gesetzesvertretendes Dekret vom 24. April 2001, Nr. 170“ genehmigt.

Die Autonome Provinz Bozen hat durch diese Richtlinien festgelegt, dass die Gemeinden den Standortplan laut Artikel 6 des Gesetzesvertretenden Gesetzes Nr. 170/01 aufgreifen. Ziel ist die Förderung der Verbreitung von Informationen mittels Drucksachen. Es soll eine rationale Ansiedlung von Zeitungsverkaufsstellen auf dem gesamten Gemeindegebiet ermöglicht werden, um damit das richtige Gleichgewicht zwischen dem öffentlichen Interesse - größtmögliche Verbreitung der Verkaufsstellen- und dem privaten Interesse der bestehenden Verkaufsstellen - Vermeiden einer übergroßen Konkurrenz und in Folge dessen, Reduzierung der einzelnen Verkaufsvolumen - zu gewährleisten.

PARTE A PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA

CAPITOLO 1 RELAZIONE GENERALE

1.1. Premessa.

Il Comune di Caldaro sulla strada del vino ha affidato a Studio Associato Giovanelli un incarico specialistico finalizzato alla elaborazione del **Piano di localizzazione dei punti vendita della stampa quotidiana e periodica.**

La regolamentazione della materia in argomento è stata prevista in adeguamento dei criteri indicati dalla nuova disciplina sul riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, in particolare conseguente a una fase di sperimentazione avviata con la Legge 13 aprile 1999, n. 108 per le nuove forme di vendita della stampa.

Terminata tale fase il Governo, in attuazione della delega contenuta nell'articolo 3 della legge appena ricordata, ha approvato il decreto legislativo 24 aprile 2001 n.170, che ha attribuito alle Regioni, nel caso di specie alla Provincia Autonoma di Bolzano, la competenza di emanare la disciplina specifica e, in particolare, gli Indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni dei nuovi "Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi di quotidiani e periodici".

La stessa ha provveduto in merito dapprima con la deliberazione n. 342 del 14 febbraio 2005, titolata "Indirizzi provinciali in materia di vendita di giornali quotidiani e periodici - decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170".

Con tali indirizzi la Provincia Autonoma di Bolzano ha stabilito che i Comuni adottino i Piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo n. 170/01, col fine di favorire la diffusione della informazione a mezzo stampa, permettendo un razionale insediamento dei punti vendita di giornali su tutto il territorio comunale, per assicurare il giusto temperamento fra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita e il privato interesse delle rivendite esistenti ad evitare una eccessiva concorrenza, con conseguente riduzione dei singoli volumi di vendita.

Später beabsichtigte die Autonome Provinz Bozen den Unterschied zwischen exklusiven Verkaufsstellen, jene die ausschließlich Tageszeitungen und Zeitschriften verkaufen, und nicht-exklusiven Verkaufsstellen, jene die Tageszeitungen und Zeitschriften zusätzlich zu anderen Waren und einer "vorwiegenden" Tätigkeit verkaufen dürfen, zu überwinden.

In der Tat wurden durch das Einfügen des Artikel 8/bis „Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften“ in das L.G. vom 17. Februar 2000, Nr. 7, betreffend die Handelsordnung, durch die Änderung der diesbezüglichen Durchführungsverordnung (D.L.H. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39) mit **Dekret des Landeshauptmanns vom 28. November 2006, Nr. 67**, die Artikel 10-bis, 10-ter, 10-quater und 10-quinquies eingeführt, wodurch man entschied, den Sektor des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften ohne Unterscheidung der Verkaufstypologien zu planen.

Nachdem sie sich also die Zuständigkeit, auf diesem Gebiet Gesetze zu erlassen, angeeignet hat, indem der Bereich des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften in die Handelsordnung übernommen wurde, hat die Autonome Provinz Bozen denselben Bereich mit einer Durchführungsbestimmung geregelt, sei es für die Erteilung der Genehmigungen, sei es für die Planung des Verkaufnetzes. Dabei entfernte man sich von der staatlichen Gesetzgebung: es besteht kein Unterschied zwischen exklusiven und nicht-exklusiven Verkaufsstellen, die Ermessensfreiheit der Gemeinden über die Standortpläne und die Erteilung der Genehmigungen für Zeitungsverkaufsstellen an kleine, mittlere und Großverteilungsbetriebe erfolgt ohne Mindestverkaufsfläche.

Des Weiteren hat sie, in Übereinstimmung mit dem Artikel 10-ter des D.L.H. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39, den Beschluss der Landesregierung Nr. 1494, vom 7. Mai 2007 „Genehmigung der Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs“ (in der Folge einfach „Landesrichtlinien“) erlassen, um den Gemeinden, in Verbindung mit den bereits vom Artikel 10-ter umrissenen Kriterien, die Instrumente für die Erstellung der Standortpläne für Verkaufsstellen zur Verfügung zu stellen.

Dieser Beschluss wurde im Amtsblatt der Region Nr. 21/I-II vom 22. Mai 2007 veröffentlicht. Demnach muss die Gemeinde ihre Zuständigkeit unter Beachtung der obgenannten Landesrichtlinien ausüben.

Die in der Gemeinde Kaltern an der Weinstrasse

Successivamente la Provincia Autonoma di Bolzano ha inteso superare la distinzione tra punti vendita esclusivi, ossia quelli riferiti alle attività di vendita di soli quotidiani e periodici, e punti vendita non esclusivi, ovvero quelli per le attività che in aggiunta ad altre merci e ad una attività definita "prevalente", erano autorizzati alla vendita anche di quotidiani e di periodici.

Infatti, una volta inserito nella L.P. 17 febbraio 2000 n.7 relativa all'ordinamento del commercio l'art. 8 bis "Vendita della stampa quotidiana e periodica", con la modifica del relativo Regolamento di esecuzione (D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39), con **Decreto del Presidente della Giunta Provinciale 28 novembre 2006 n.67**, ha introdotto gli articoli 10-bis, 10-ter, 10-quater e 10-quinquies attraverso i quali ha deciso di pianificare in Alto Adige il settore della vendita della stampa quotidiana e periodica, senza alcun distinguo degli esercizi a livello tipologico.

Dunque, dopo essersi pienamente appropriata della competenza di legiferare in materia andando ad inserire nel proprio ordinamento del commercio la disciplina della vendita della stampa quotidiana e periodica, la Provincia Autonoma di Bolzano ha provveduto a disciplinare la medesima materia con Regolamento, sia riguardo al rilascio delle autorizzazioni che alla programmazione della rete di vendita, arrivando a discostarsi dalla normativa statale appunto laddove non prevede più la differenza tra punti vendita esclusivi e non esclusivi, quando lascia alla discrezionalità dei Comuni la predisposizione del Piano di localizzazione, ed infine perché prevede il rilascio dell'autorizzazione per punti vendita di giornali alle piccole, medie e grandi strutture di vendita senza alcuna limitazione minima di superficie.

Ed ancora, conformemente a quanto stabilito dall'art. 10-ter del D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39, ha emanato con Deliberazione della Giunta Provinciale 7 maggio 2007 n.1494 intitolata "Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica" (in seguito semplicemente "Direttive provinciali"), per dotare i Comuni dello strumento da utilizzare, congiuntamente ai criteri già delineati nel medesimo art. 10-ter, per la predisposizione dei Piani di localizzazione dei punti vendita.

Tale Deliberazione è stata pubblicata sul Bollettino Ufficiale n.21/I-II del 22 maggio 2007. Quindi la competenza comunale deve esercitarsi nel rispetto delle sopraccitate Direttive provinciali.

Il lavoro condotto nel Comune di Caldaro sulla stra-

durchgeführte Arbeit war verbunden mit einer Phase der Sammlung und Auswertung von beeinflussenden statistischen und sozioökonomischen Daten, stets im Einklang mit dem von den Landesrichtlinien methodologisch Definierten und einem Vergleich mit erweiterten Gebietsdynamiken.

Die Tätigkeit hat eine präjudizielle Definitionsphase der Zoneneinteilung auf Gemeindeebene mit sich gebracht. Auf dieser Gebietsebene soll der Vergleich zwischen bestehenden sowie theoretischen oder optimalen Verkaufsstellen angestellt werden, indem allfällige Mankos und infolge dessen Flächen für mögliche Neueröffnungen ausgemacht werden. Gleichzeitig wurden Überlegungen angestellt und Bewertungen der Zweckmäßigkeit durchgeführt, um eine homogene Entwicklung des Gebiets zu suchen und eine reelle Verbesserung der Dienste am Kunden und am Betreiber zu verfolgen.

Die neue Reglementierung, von den interessierten Kategorien einer Überprüfung unterzogen, mit der Aufteilung des Gemeindegebietes in homogene Zonen legt eine Verteilung der Verkaufsstellen in Verbindung mit den Besonderheiten sowie demografischen und sozialen Charakteristiken jeder einzelnen Zone fest.

Schließlich wurde eine Phase der Analyse und der Vorbereitung der Bereichsordnung (siehe folgenden Teil C) verwirklicht. Dabei wurde zwar die übergeordnete Reglementierung auf Staats- und Landesebene umgesetzt, es erfolgte jedoch, so weit als möglich, eine Anpassung und ein Abgleichen an die lokalen Besonderheiten.

1.2. Das Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108: Hinweise.

Mit dem Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108, veröffentlicht im Amtsblatt vom 23. April 1999, Nr. 94, wurde eine 18-monatige Versuchsphase eingeleitet, dabei wurde die Möglichkeit vorgesehen, Zeitungen und Zeitschriften auch in „nicht exklusiven“ Verkaufsstellen oder in öffentlichen Lokalen zu verkaufen, wie z.B. in: Monopolwarenhandlungen, Tankstellen, Großverteilungsbetrieben, Bars und Buchhandlungen.

Der Besitz spezifischer Voraussetzungen und der Verkauf gemäß der vom Gesetz vorgeschriebenen Kriterien und Modalitäten ist dafür Bedingung.

Das Gesetz setzt sich aus lediglich 5 Artikeln zusammen.

da del vino ha comportato una fase di raccolta ed elaborazione di dati statistici e socio-economici incidenti, sempre in armonia con quanto metodologicamente definito dalle Direttive provinciali ed operando un raffronto con dinamiche territoriali allargate.

L'attività ha comportato una pregiudiziale fase di definizione della zonizzazione a livello comunale, perché è a questo livello territoriale che va operata la comparazione fra le rivendite esistenti e quelle teoriche od ottimali, individuando eventuali carenze e, conseguentemente, gli spazi per nuove possibilità di attivazione. Nel contempo, sono stati condotti ragionamenti e valutazioni di opportunità, per ricercare uno sviluppo omogeneo del territorio e perseguire un reale miglioramento del livello di servizio all'utenza ed agli stessi operatori.

La nuova regolamentazione, sottoposta all'esame delle categorie interessate, con la suddivisione del territorio comunale in zone omogenee, determina una distribuzione dei punti di vendita che procede in connessione con le peculiarità e le caratteristiche demografiche e sociali di ogni singola zona.

Infine, è stata realizzata una fase di analisi e predisposizione della normativa di settore (riportata nella successiva Parte B). Questa, pur recependo quella sovraordinata nazionale e provinciale, è stata per quanto possibile adattata e tarata sulle specificità locali.

1.2. La Legge 13 aprile 1999, n. 108: cenni.

Con la Legge 13 aprile 1999, n. 108 pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 94 del 23 aprile 1999, è stata avviata una fase di sperimentazione della durata di diciotto mesi, con possibilità di vendere quotidiani e periodici anche in punti vendita "non esclusivi", ovvero in esercizi commerciali quali: rivendite di generi di monopolio, distributori di carburante, grandi strutture di vendita, bar e librerie.

Ciò a condizione che tali realtà fossero in possesso di specifici requisiti e che la vendita avvenisse con i criteri e le modalità dettate dalla legge.

La legge è composta di soli 5 articoli.

Der *Artikel 1* sieht vor, dass der Versuch auf dem gesamten Staatsgebiet durchgeführt wird.

L'articolo 1 prevede che la sperimentazione venga effettuata sull'intero territorio nazionale.

Der *Artikel 2* berichtet über den methodologischen Verlauf. Insbesondere Absatz 3 unterstreicht, dass sich die Bewertung der Versuchsphase auf qualitative und quantitative Kriterien und Parameter stützen muss.

L'articolo 2 riporta il percorso metodologico. In particolare, il comma 3 evidenzia che la valutazione riferita alla fase di sperimentazione si deve basare su criteri e parametri quali-quantitativi.

Der *Artikel 3* sieht die „Ermächtigung der Regierung“ vor. Innerhalb von vierundzwanzig Monaten nach Inkrafttreten des Gesetzes ist die Regierung ermächtigt, ein Gesetzesvertretendes Dekret zu erlassen, um das Verteilungssystem für Tageszeitungen und Zeitschriften einheitlich neu zu ordnen.

L'articolo 3 prevede la “delega al Governo”. Entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore della legge il Governo è delegato ad emanare un decreto legislativo finalizzato a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.

Genanntes Dekret muss sich auf folgende Weisungskriterien stützen:

Tale decreto dovrà basarsi sui seguenti criteri direttivi:

Definition der Ordnung, der sich die Regionen (in diesem Fall die Provinz) in Bezug auf den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften anpassen müssen;

- Definition der Kriterien, an die sich die Regionen bei der Ausarbeitung der Richtlinien halten müssen, die wiederum von den Gemeinden bei der Gestaltung des „Standortplans für exklusive Verkaufsstellen“ befolgt werden müssen;
- Definition eines neuen gesamtstaatlichen Verkaufsweges von Verlagsprodukten. Gegliedert in exklusive und nicht exklusive Verkaufsstellen, mittels Erteilung von Genehmigungen (auch saisonalen) unter Berücksichtigung der Bevölkerungsdichte, der urbanistischen und sozialen Eigenschaften der jeweiligen Zonen, der Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Tageszeitungen und Zeitschriften, der Zufahrtsbedingungen, des Vorhandenseins von nicht exklusiven Verkaufsstellen.

- definizione della disciplina cui le Regioni (nel caso di specie la Provincia) dovranno uniformarsi per la parte relativa alla vendita di giornali e riviste;
- definizione dei criteri cui dovranno attenersi le Regioni nell'elaborazione degli Indirizzi che a loro volta i Comuni dovranno osservare nella predisposizione dei “Piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita”;
- definizione di un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali su tutto il territorio nazionale, articolato in punti vendita esclusivi e non esclusivi, mediante il rilascio di autorizzazioni (anche a carattere stagionale) in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle singole zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici rilevata nel corso degli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, della esistenza di punti vendita non esclusivi.

Der *Artikel 4* betrifft Übergangs- und Aufhebungsbestimmungen. Absatz 1 sieht vor, dass bis zum Inkrafttreten des obgenannten Gesetzesvertretenden Dekretes die öffentlichen Lokale, in welchen der Versuch unternommen wird, mit dem Verkauf der vorausgewählten Verlagsprodukte fortfahren können. Des Weiteren muss diesen Lokalen nach deren Geschäftsstellung von Rechts wegen die Verkaufsgenehmigung für Zeitungen, Tageszeitungen und Zeitschriften erteilt werden.

L'articolo 4 reca disposizioni transitorie e abrogative. Prevede al comma 1 che fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo sopra ricordato gli esercizi commerciali nei quali risulta effettuata la sperimentazione possono continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti. Inoltre, a tali esercizi deve essere rilasciata di diritto, a semplice loro richiesta, l'autorizzazione alla vendita di giornali, quotidiani e periodici.

1.3. Das Gesetzesvertretende Dekret vom 24.

1.3. Il decreto legislativo 24 aprile 2001, n.

April 2001, Nr.170 "Neuordnung des Verteilungssystems für Tageszeitungen und Zeitschriften".

Mit dem Gesetzesvertretenden Dekret vom 24. April 2001 Nr.170 wurde der Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs einer grundlegenden Neuordnung unterzogen, und zwar mit dem Hauptziel, die Verbreitung zu fördern und somit die Anzahl der Leser zu erhöhen.

Das Dekret, ausdrücklich vom Artikel 3 des Gesetzes 108/99 vorgesehen, hat den Fokus auf den Artikel 6, Absatz 1 gerichtet. Dieser sieht den Erlass von Richtlinien seitens der Regionen (in diesem Fall der seitens der Provinz) vor, an welche sich ihrerseits die Gemeinden bei der Gestaltung des „Standortplans für exklusive Verkaufsstellen“ halten müssen. Eine Überprüfung der wesentlichen Inhalte des Dekretes 170/01 ergibt, dass eine Anzahl von 9 Artikeln:

- Artikel 1. Anwendungsbereich und Definitionen
- Artikel 2. Definition des Verkaufssystems von Tageszeitungen und Zeitschriften
- Artikel 3. Befreiung von der Genehmigung
- Artikel 4. Behandlungsgleichheit
- Artikel 5. Verkaufsform
- Artikel 6. Kommunale Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen
- Artikel 7. Ausländische Presse
- Artikel 8. Überwachung des Verlagsmarktes
- Artikel 9. Abschlussbestimmungen

bestehen.

Der *Artikel 1* unterstreicht im Absatz 1, dass das Dekret Regeln für die Ordnung der Modalitäten und Bedingungen für den Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften seitens der Regionen (Provinz) vorgibt.

Absatz 2 definiert genau den Wiederverkauf:

- exklusive Verkaufsstellen sind jene, die im Gemeindeplan zur Standortbestimmung vorgesehen und für den allgemeinen Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften bestimmt sind;
- nicht exklusive Verkaufsstellen sind jene Betriebe, die ausdrücklich im Dekret vorgesehen sind und zusätzlich zu anderen Waren, auch Tageszeitungen und Zeitschriften verkaufen dürfen.

Artikel 2 betont im Absatz 1, dass das Verkaufssys-

170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica".

Col decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 si è provveduto ad aggiornare in modo significativo il settore della vendita di giornali, quotidiani e periodici, con obiettivo principale l'incremento della loro diffusione e, quindi, del numero di lettori.

Il decreto, previsto espressamente dall'articolo 3 della Legge 108/99, ha il punto focale nell'articolo 6, comma 1, che prevede l'emanazione da parte delle Regioni (la Provincia nel caso di specie) degli Indirizzi cui dovranno attenersi a loro volta i Comuni nella redazione dei "Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi". Operando un esame dei contenuti salienti del decreto 170/01, si evidenzia che consta di 9 articoli:

- Articolo 1. Ambito d'applicazione e definizioni
- Articolo 2. Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica
- Articolo 3. Esenzione dall'autorizzazione
- Articolo 4. Parità di trattamento
- Articolo 5. Modalità di vendita
- Articolo 6. Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita
- Articolo 7. Stampa estera
- Articolo 8. Monitoraggio mercato editoriale
- Articolo 9. Norme finali

L'*articolo 1* evidenzia al comma 1 che il decreto detta principi per la disciplina da parte delle Regioni (Provincia) di modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.

Il comma 2 opera la puntuale definizione delle vendite:

- i punti vendita esclusivi sono quelli previsti nel Piano comunale di localizzazione, tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- i punti vendita non esclusivi sono invece rappresentati da quelli esercizi, espressamente previsti nel decreto che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati anche alla vendita di quotidiani e periodici.

L'*articolo 2* ribadisce al comma 1 che il sistema di

tem für Tageszeitungen und Zeitschriften auf dem gesamtstaatlichen Gebiet in exklusive und nicht exklusive Verkaufsstellen gegliedert ist. Absatz 2 sieht vor, dass es zur Ausübung der Tätigkeit einer eigenen kommunalen Genehmigung bedarf. Es gibt Ausnahmefälle, wobei es sich jedenfalls um Tätigkeiten handelt, für die keine Genehmigung erforderlich ist (im Artikel 3 aufgeführt). Die Erteilung der Genehmigung für die exklusiven Verkaufsstellen erfolgt in Beachtung der „Kommunalen Standortpläne“, die in den folgenden Artikeln des Dekretes (insbesondere im Artikel 6) definiert sind. Absatz 3 dreht sich um den nicht exklusiven Wiederverkauf; er verweist darauf, dass zahlreiche Betriebe zur Führung einer nicht exklusiven Verkaufsstelle ermächtigt werden können. Dies sind substantiell (aber nicht exakt) jene, die im Artikel 1, Absatz 1 des Gesetzes 108/99 angeführt sind. Auch wenn sie nicht am Versuch teilgenommen haben, sind sie ermächtigt, nicht exklusive Verkaufsstellen zu betreiben. Dafür muss der gebietsmäßig zuständigen Gemeinde, eine Erklärung über die Einhaltung der Bestimmungen gemäß Artikel 1, Absatz 1, Buchstabe d-bis), Nummern 4), 5), 6) und 7) des Gesetzes vom 13. April 1999, Nr. 108 vorgelegt werden.

vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi. Il comma 2 prevede che l'attività sia soggetta al rilascio di apposita autorizzazione da parte dei Comuni, con alcune eccezioni e, pertanto, attività che non richiedono autorizzazione (quelle riportate all'articolo 3). Il rilascio della autorizzazione avviene per i punti di vendita esclusivi nel rispetto dei "Piani comunali di localizzazione", come definiti negli articoli seguenti del decreto (in particolare all'articolo 6). Il comma 3 verte sulle rivendite non esclusive; indica che possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo una serie ampia di attività, sostanzialmente (ma non esattamente) quelle riportate nell'articolo 1, comma 1 della Legge 108/99 che, anche se non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al Comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della Legge 13 aprile 1999, n.108.

Es handelt sich um:

- Monopolwarenhandlungen;
- Tankstellen mit einer Mindestfläche von 1.500 m²;
- Bars, einschließlich solcher, die sich in Autobahnraststätten, in Bahnhöfen, Flughäfen Häfen befinden, ausgenommen sind andere Verpflegungsstellen (Restaurants, Rotisseries,...);
- Handelsbetriebe gemäß Artikel 4, Absatz 1, Buchstaben e), f) und g) des gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114 („Bersani“) mit einer Mindestverkaufsfläche von 700 m². Es handelt sich um mittlere und große Einzelhandelsbetriebe und Handelszentren auf, wie gesagt, mindestens 700 m²;
- Betriebe, die vorwiegend Bücher und gleichgestellte Artikel verkaufen und eine Mindestverkaufsfläche von 120 m² aufweisen;
- Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von Fachartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für den Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften.

Trattasi di:

- rivendite di generi di monopolio;
- rivendite di carburanti/oli minerali con superficie minima di 1.500 m²;
- bar, inclusi quelli in aree di servizio autostradali e stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, con esclusione di altri punti di ristoro (quali ristoranti, trattorie, ...);
- strutture di vendita definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114 („Bersani“) con un limite minimo di superficie di vendita di 700 m². Trattasi di medie e grandi strutture al dettaglio e centri commerciali sviluppati -appunto- su almeno 700 m²;
- esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, purchè aventi una superficie minima di 120 m²;
- esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Absatz 4 bestätigt das Gesetz in Bezug auf die Tatsache, dass Betrieben, die am Versuch teilgenommen haben, von Rechts wegen die eingeforderte Verwaltungsgenehmigung zusteht. Absatz 6 definiert methodologisch, dass die Erteilung der Genehmigung, auch saisonal, für exklusive und nicht exklusive Verkaufsstellen unter der Berücksichtigung folgender Parameter zu erfolgen hat:

- Bevölkerungsdichte;
- urbanistisch und soziale Eigenschaften der Zonen und Zufahrtsbedingungen;
- Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Tageszeitungen und Zeitschriften;
- Vorhandensein von anderen nicht exklusiven Verkaufsstellen.

Der *Artikel 3* (Befreiung von der Genehmigung) sieht jene Fälle vor, für welche es keiner Verkaufsgenehmigung bedarf. Dies sind:

- Verkauf entsprechender Fachveröffentlichungen Sitzen von Parteien, Körperschaften, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerkschaften oder Vereinigungen;
- Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbeiter von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen Zeitungen, die der einschlägigen Werbung dienen;
- Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften am Sitz der jeweiligen Verlagsanstalt sowie in deren Außenredaktionen;
- Verkauf von Fachveröffentlichungen, die nicht im Zeitungs- und Zeitschriftenhandel erhältlich sind;
- Lieferung frei Haus und Straßenhandel seitens der Verleger, Verteiler sowie Zeitungs- und Zeitschriftenhändler;
- Verkauf in Hotels und Pensionen als Kundendienst;
- Verkauf in öffentlichen oder privaten Strukturen, nur für das Publikum, das Zugang zu besagten Strukturen hat.

Der *Artikel 4* betrifft die „Behandlungsgleichheit“ unter den Zeitungen und wird im Absatz 1 für den Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften in exklusiven Verkaufsstellen bestätigt.

Die nicht exklusiven Verkaufsstellen müssen gemäß Absatz 2 hingegen genannte Behandlungsgleichheit mit der Wahl der zum Verkauf angebotenen Tageszeitungen und Zeitschriften gewährleisten.

Il comma 4 conferma quanto previsto in legge con riferimento al fatto che gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione possono ottenere di diritto, a semplice richiesta, il rilascio della autorizzazione amministrativa. Il comma 6 definisce metodologicamente che il rilascio dell'autorizzazione, anche stagionale, riferita sia ai punti vendita esclusivi che non esclusivi, avviene tenendo conto di parametri quali:

- densità della popolazione;
- caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone e delle condizioni di accesso;
- entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;
- esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

L'*articolo 3* (Esenzione dall'autorizzazione) prevede i casi nei quali non è richiesta autorizzazione alla vendita. Trattasi dei seguenti:

- vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali, religiosi, con l'opera di volontari per propaganda politica, sindacale, religiosa;
- vendita nelle sedi delle società editrici e loro redazioni staccate dei giornali da queste editi;
- vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- consegna porta a porta e vendita ambulante da parte di editori, distributori ed edicolanti;
- vendita in alberghi come servizio ai clienti;
- vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private, rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

L'*articolo 4* riguarda la "parità di trattamento" fra le testate, confermata al comma 1 per la vendita di quotidiani e periodici nei punti vendita esclusivi.

Invece, i punti vendita non esclusivi, come previsto al comma 2, devono assicurare detta parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici scelta per la vendita.

Der *Artikel 5* definiert die Verkaufsformen von Tageszeitungen und Zeitschriften, wobei folgende Bestimmungen zu beachten sind:

- der vom Verleger festgesetzte Verkaufspreis darf in den exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen nicht geändert werden;
- die wirtschaftlichen und gewerblichen Bedingungen für den Verkauf der Veröffentlichungen, einschließlich der Gewinnspanne der Wiederverkäufer, müssen in allen exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen identisch sein;
- die exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen müssen für die angebotenen Veröffentlichungen angemessene Ausstellungsflächen vorsehen;
- das öffentliche Ausstellen von pornografischen Zeitungen, Zeitschriften oder pornografischem Material ist verboten.

Der *Artikel 6* sieht im Absatz 1 vor, dass die Regionen (Provinz) jene Richtlinien erlassen, die von den Gemeinden bei der Gestaltung der kommunalen Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen aufgegriffen werden. Folgende Kriterien sind zu beachten:

- Hinzuziehen die auf nationaler Ebene wichtigsten Vereinigungen der Verleger und der Verteiler sowie der wichtigsten Gewerkschaftsorganisationen der Kleinhändler;
- Bewertung der Bevölkerungsdichte, der Anzahl der Familien, der urbanistischen und sozialen Eigenschaften jeder Zone, der Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften, der Zufahrtsbedingungen (insbesondere von Inseln, ländlichen oder Berggebieten), des Vorhandenseins anderer nicht exklusiver Verkaufsstellen.

Absatz 2 sieht vor, dass die Gemeinden die Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen innerhalb eines Jahres ab Inkrafttreten des Gesetzesvertretenden Dekretes anwenden.

Sie sind aber trotzdem zur Neuformulierung der genannten Pläne infolge des Erlasses der obgenannten Richtlinien seitens der Regionen (Provinz) verpflichtet. Absatz 3 sieht eine Übergangsbestimmung vor, um ein Mindestmaß an Service zu gewährleisten: Fehlt der Plan und ist im Gemeindegebiet bzw. in einer Fraktion der Gemeinde keine Verkaufsstelle vorhanden, so kann die Verkaufsgenehmigung auch an Betriebe erteilt werden, die nicht ausdrücklich im Dekret genannt sind.

L'*articolo 5* definisce le modalità di vendita della stampa quotidiana e periodica, che devono attenersi ai seguenti disposti:

- il prezzo di vendita stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti vendita, esclusivi e non;
- condizioni economiche e modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere uguali per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non, che effettuano la vendita;
- i punti di vendita, esclusivi e non, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- è vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste, materiale pornografico.

L'*articolo 6* prevede al comma 1 che le Regioni (Provincia) emanino gli Indirizzi che i Comuni dovranno seguire nel predisporre i Piani comunali di localizzazione dei punti vendita esclusivi, nella osservanza dei seguenti criteri:

- consultazione delle associazioni degli editori e distributori e delle organizzazioni sindacali dei rivenditori più rappresentative a livello nazionale;
- valutazione della densità di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona, dell'entità delle vendite sia di quotidiani che di periodici nel corso degli ultimi due anni, delle condizioni di accesso (con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane), nonché della esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Il comma 2 prevede che i Comuni adottino i Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi entro un anno dall'entrata in vigore del decreto legislativo.

Sono comunque tenuti alla riformulazione di detti Piani a seguito della emanazione, da parte delle Regioni (Provincia), degli Indirizzi sopra menzionati. Il comma 3 prevede una sorta di norma transitoria, per garantire un livello minimo di servizio: in assenza di Piano e qualora nel territorio del Comune o di una frazione dello stesso non esistano punti vendita, si può procedere a rilasciare una autorizzazione alla vendita anche ad esercizi diversi da quelli espressamente menzionati nel decreto.

Der *Artikel 7* dehnt die Prognosen und die Pflichten des Gesetzesvertretenden Dekretes 170/01 auf die ausländische Presse, die in Italien zum Verkauf angeboten wird, aus.

L'articolo 7 estende le previsioni e gli obblighi del decreto legislativo 170/01 alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Der *Artikel 8* betrifft die Überwachung des Verkaufnetzes der Tageszeitungen und Zeitschriften.

L'articolo 8 riguarda il monitoraggio della rete di vendita di quotidiani e periodici.

Der *Artikel 9* sieht vor, dass soweit das Dekret 170/01 nicht anderes vorsieht, die Bestimmungen des Gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114, anzuwenden sind.

L'articolo 9 prevede che, per quanto non espressamente previsto dal decreto 170/01, si applichi il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

1.4. Die Handelordnung der Autonomen Provinz Bozen bezogen auf den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften

1.4. L'ordinamento del commercio della Provincia Autonoma di Bolzano in relazione alla vendita della stampa quotidiana e periodica.

Man beschränkt sich darauf, daran zu erinnern, dass es das primäre Ziel des Landesgesetzes Nr. 7/2000 war, die Neuheiten der Staatsreform im Bereich Handel auf Landesebene aufzunehmen und durchzuführen.

In questa sede ci si limiterà a ricordare che la legge provinciale 7/2000 ha avuto come obiettivo primario quello di recepire ed attuare, a livello provinciale, le novità contenute nella riforma statale del settore commercio.

Mit dem Artikel 3 des L.G. vom 3. Oktober 2005, Nr. 8, hat die Landesregierung den Artikel 8-bis in das L.G. Nr. 7/2000 eingefügt, mit welchem sie den Verkauf der Zeitungen und Zeitschriften als besondere Einzelhandelsform „anerkannt“ hat und bestimmt, dass die Planung dieses Sektors durch eine Durchführungsverordnung erfolgen sollte, mit besonderem Hinweis auf die Modalitäten der Ausübung der Tätigkeit.

Tramite l'art. 3 della L.P. 3 ottobre 2005, n.8, la Provincia Autonoma di Bolzano ha inserito nella L.P. 7/2000 l'art. 8-bis, con il quale ha "riconosciuto" nella vendita della stampa quotidiana e periodica una particolare branca del commercio al dettaglio e precisando che si sarebbe dovuto pianificare detto settore con il regolamento di esecuzione della legge specificatamente alle modalità di esercizio dell'attività.

Zur Durchführung der Bestimmung wurde mit Dekret **des Landeshauptmann Nr. 67, vom 28. November 2006** das D.LH. Nr. 39, vom 30. Oktober 2000 „Durchführungsverordnung des Landesgesetzes Nr. 7/2000“ in den folgenden Artikel ergänzt und abgeändert:

Attuando quanto specificato in norma, con il **Decreto del Presidente della Giunta Provinciale 28 novembre 2006 n.67**, si è provveduto ad integrare e modificare in modo conforme il D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39 "Regolamento di esecuzione della legge provinciale n.7/2000" nei seguenti articoli:

- **Absatz 1 des Artikel 3**, welcher die Voraussetzungen für den Zugang zur Tätigkeit regelt, wurde ersetzt; neben der Handels- oder Tankstellentätigkeit kann auch der Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften von Personen ausgeübt werden, welche die moralischen Voraussetzungen gemäß Artikel 5, Absätze 2, 3 und 4 des Gesetzvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114 besitzen;

- **il comma 1 dell'art. 3**, che disciplina i requisiti di accesso all'attività, è stato sostituito prevedendo che non solo l'esercizio dell'attività di commercio o di distribuzione di carburanti, ma anche quella di vendita della stampa quotidiana e periodica possa essere esercitata da chi è in possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 5, commi 2, 3 e 4 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114";

- **Artikel 10-bis** wurde eingefügt, um genau zu bestimmen, was man unter Zeitungsverkaufsstellen versteht (Absatz 1), um Verkaufsgrenzen für Artikel festzulegen, die nicht unter Zeitungen und Zeitschriften fallen (Absatz 2), um die Erteilungsverfahren von Gemeindegenehmigungen bei Vorhandensein oder nicht des Standortplanes hervorzuheben (Absatz 3), um genau festzulegen, welche anderen Tätigkeiten zur Ausübung des Verkaufs von Zeitungen und Zeitschriften ermächtigt werden können, auch spezifisch für nur Zeitungen oder nur Zeitschriften (Absätze 4 und 5);
- **Artikel 10-ter** wurde eingefügt. Mit ihm überlässt man es der Ermessensfreiheit der Gemeinde einen Gemeindeplan zur Standortbestimmung der Verkaufspunkte zu erstellen oder nicht und es werden Kriterien aufgelistet (grundsätzlich jene die das L.D. Nr.170/2001 vorsieht), auf welche bei der eventuellen Erstellung des Standortplanes Bezug zu nehmen ist (Absatz 1). Es wird eine Unterteilung des Gebietes in homogene Zonen aus urbanistischer und kommerzieller Sicht gefordert (Absatz 2), vor Genehmigung des Planes sind die Berufskategorien und die Gewerkschaften verpflichtend anzuhören (Absatz 3) und die Gültigkeitsdauer des Planes ist anzugeben (Absatz 4);
- **Artikel 10-quater** wurde eingefügt. Hiermit werden die Bedingungen festgelegt, welche jeder akzeptieren muss, der um eine Genehmigung für eine Zeitungsverkaufsstelle ansuchen möchte (Absatz 1), sowie die Zeiten der Verwaltungsverfahren für die Erteilung oder die Verweigerung der genannten Genehmigungen (Absatz 2);
- **Artikel 10-quinquies** wurde eingefügt. Darin werden alle Tätigkeiten aufgelistet, für die es keinerlei Verkaufsgenehmigung bedarf (es werden großteils die vom Gesetzesvertretenden Dekret Nr. 170/2001 vorgesehene Tätigkeiten übernommen);
- im **Artikel 33** wurde **Absatz 1-bis** eingefügt, um die Übernahme der Führung der Zeitungsverkaufsstelle wegen Nachfolge sowie die eventuelle Abtretung der Abteilung zu regeln;
- im **Artikel 36** wurde **Absatz 6-bis** eingefügt, um die Modalitäten für die Konvertierung der exklusiven und nicht-exklusiven Genehmigungen, welche bereits aufgrund des Gesetzesvertretenden Dekretes Nr. 170/2001 erteilt wurden, festzulegen;
- è stato introdotto **l'art.10-bis** per definire puntualmente cosa si intende per punti vendita di giornali (comma 1), per stabilire i limiti di vendita di articoli che non siano quotidiani e periodici (comma 2), per evidenziare le modalità di rilascio delle autorizzazioni comunali in presenza o meno del piano di localizzazione (comma 3), per individuare precisamente quali altre attività possono essere autorizzate allo svolgimento della vendita di giornali anche specificatamente ai soli quotidiani od ai soli periodici (commi 4 e 5);
- è stato inserito **l'art.10-ter** nel quale si lascia alla discrezionalità del Comune se predisporre o meno il piano di localizzazione dei punti vendita ed in cui si elencano i criteri (sostanzialmente quelli previsti dal D.Lgs. 170/2001) da prendere a riferimento nell'eventuale redazione del piano di localizzazione (comma 1), dove si richiede una suddivisione del territorio in zone omogenee dal punto di vista urbanistico-commerciale (comma 2), nel quale si stabilisce l'obbligo di consultazione delle associazioni di categoria e delle organizzazioni sindacali prima dell'approvazione del piano (comma 3) ed il periodo di vigenza del medesimo (comma 4);
- è stato inserito **l'art.10-quater** con cui vengono stabilite le condizioni da accettare obbligatoriamente da chi intende richiedere l'autorizzazione per un punto vendita di giornali (comma 1), nonché i tempi dei procedimenti amministrativi relativi al rilascio od al diniego delle autorizzazioni medesime (comma 2);
- è stato introdotto **l'art.10-quinquies** dove vengono riportate tutte le attività per le quali non è necessaria l'autorizzazione alla vendita (si ripendono in buona sostanza le attività già previste dal D.Lgs. 170/2001);
- **all'art.33** è stato introdotto il **comma 1-bis** al fine di regolare il trasferimento per subingresso della gestione di aziende di vendita di giornali, nonché l'eventuale affidamento in gestione del reparto;
- **all'art.36** è stato introdotto il **comma 6-bis** per specificare le modalità di conversione delle autorizzazioni esclusive e non esclusive già attive in forza del D.Lgs. 170/2001;

1.5. Die Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs – Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494.

1.5. Le Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica - Deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007.

1.5.1. Die Anfang 2007 durchgeführte Analyse

1.5.1. L'analisi condotta ad inizio 2007.

Die Abteilung 35 - Handwerk, Industrie und Handel hat infolge der neuen Reglementierung, die die vom Gesetz 108/99 vorgesehene Versuchsphase mit sich gebracht hat, in den Gemeinden der Provinz eine eingehende Erhebung der im Jahre 2000 bestehenden Verkaufsstellen von Zeitungen und Zeitschriften durchgeführt.

La Ripartizione 35, Artigianato, industria e commercio della Provincia Autonoma di Bolzano, in seguito alla nuova regolamentazione recata dalla fase di sperimentazione prevista dalla Legge 108/99 aveva effettuato presso i Comuni della provincia una puntuale rilevazione dei punti vendita di giornali e periodici esistenti nell'anno 2000.

Diese Erhebung wurde vor Kurzem wiederholt, um die Situation der Zeitungsverkaufsstellen zum 31.12.2006 zu erheben.

Tale rilevazione è stata recentemente ripetuta per riscontrare la situazione dei punti vendita di giornali alla data del 31.12.2006.

Damit wollte man über eine Reihe von amtlichen und ajourierten Daten verfügen; ein präjudizieller Aspekt, um auf objektiven und sicheren Grundlagen die Entwicklung des Verteilungsnetzes für gegenständlichen Bereich zu planen.

Ciò per disporre di una serie di dati ufficiali ed aggiornati, aspetto pregiudiziale per pianificare su basi oggettive e certe lo sviluppo della rete distributiva nello specifico settore.

In der Provinz wurden 592 Verkaufsstellen für Zeitungen gezählt.

Sono stati censiti nell'intera provincia 592 punti vendita di giornali.

Die soeben dargelegten Daten ergeben einen Landesindex von einer Verkaufsstelle je 815 Einwohner. Es ist das Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“.

Dai dati appena esposti se ne ricava un indice provinciale pari a un punto vendita ogni 815 abitanti. E' il cd. rapporto "abitanti per rivendita".

Näher betrachtet, hebt die Provinz hervor, dass die Anzahl der „Einwohner je Verkaufsstelle“ proportional zum Wachstum der Gemeindedemographie steigt. Führt man in der Tat eine Unterteilung der Gemeinden in drei dimensionale Gruppen durch, erkennt man diese direkte Korrelation:

A livello di maggior dettaglio, la Provincia evidenzia che il numero di "abitanti per rivendita" incrementa proporzionalmente al crescere della demografica del comune. Infatti, operando una disaggregazione dei comuni per tre fasce dimensionali, si nota tale correlazione diretta:

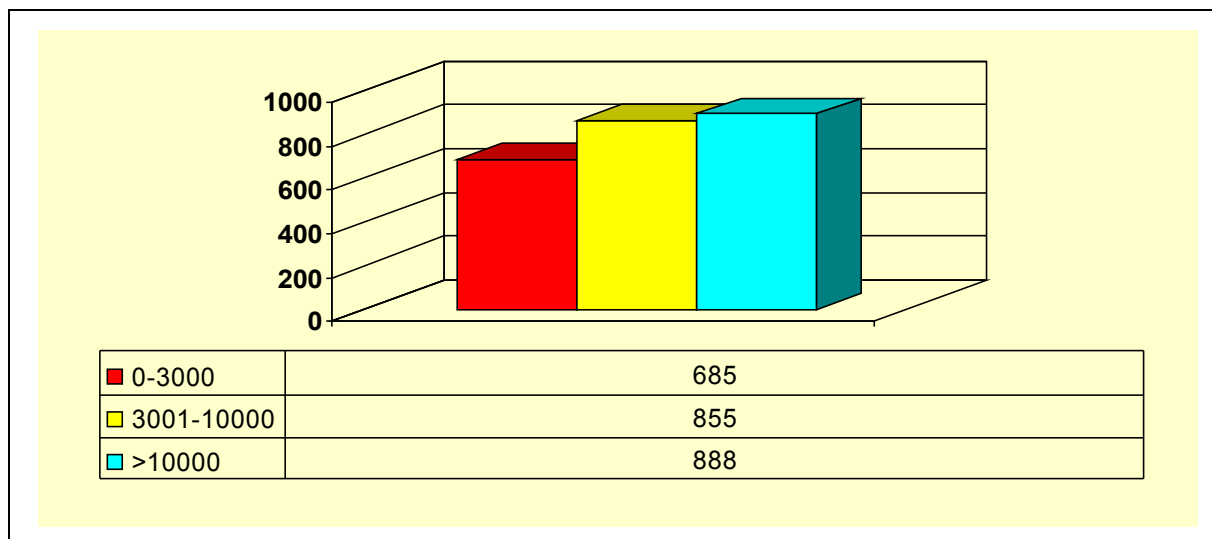
- 685,25 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für Gemeinden mit bis zu 3000 Einwohnern;
- 855,00 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für Gemeinden mit 3000 bis 10000 Einwohnern;
- auf 888,00 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für größere Gemeinden.

- 685,25 "abitanti per rivendita" per i comuni con popolazione fino a 3000 abitanti;
- 855,00 "abitanti per rivendita" per comuni fra 3000 e 10000 abitanti;
- 888,00 "abitanti per rivendita" per i comuni maggiori.

Diese Werte sind graphisch in der untenstehenden Tafel 1 hervorgehoben.

Tali valori sono evidenziati graficamente nella Tavola 1 qui di seguito riportata.

Tafel 1: Dichte der Verkaufsstellen für Tageszeitungen und Zeitschriften je nach Größe der Gemeinden
(Quelle: Landeserhebung zum 31.12.2006 der Abteilung 35 - Handwerk, Industrie und Handel)
Tavola 1: densità punti vendita quotidiani e periodici per dimensione dei comuni
(fonte: indagine provinciale al 31.12.2006, Ripartizione 35, Artigianato, industria e commercio)



1.5.2. Inhalte der Landesrichtlinien.

Die mit Beschluss der Landesregierung Nr. 1494 vom 7. Mai 2007 (veröffentlicht im Amtsblatt Nr. 21/I-II vom 22. Mai 2007) genehmigten Richtlinien verweisen im Punkt 3 darauf, dass man, zum Erreichen des Ziels, das Verteilungsnetz für Zeitungen zwecks Förderung des Verkaufs und des Lesens auszubauen, auf der Grundlage von statistischen Informationen, welche aus der Studie am 31.12.2006 gewonnen wurden, das in den drei dimensional Klassen von Gemeinden erhobene Gleichgewichtsverhältnis „Einwohnerzahl je Verkaufsstelle“, im Vergleich zum Mittelwert um 10 bis 20% reduziert, aufzeigen muss. Dies gewährleistet einen Anstieg der Betriebsdichte.

Die optimale Dichte (oder Zielsetzung) die verfolgt werden sollte, ermittelt die in der folgenden Tafel 2 aufgeführten Parameter „Einwohner je Verkaufsstelle“.

1.5.2. Contenuti delle Direttive provinciali.

Le Direttive approvate con la deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007 (pubblicata sul Bollettino Ufficiale n. 21/I-II del 22 maggio 2007) riportano al punto 3, che per soddisfare l'obiettivo di sviluppo della rete distributiva di giornali ed incentivarne acquisto e lettura, si ritiene di indicare, basandosi sulle informazioni statistiche acquisite con l'indagine al 31.12.2006, un rapporto di equilibrio "abitanti per rivendita" ridotto di una percentuale fra il 10% ed il 20% rispetto al valore medio come rilevato, e ciò distintamente per le tre classi dimensionali di comuni. Ciò garantisce un qualche incremento della densità di esercizi.

La densità ottimale (od obiettivo) che dovrebbe essere perseguita, è quella che individua i parametri "abitanti per rivendita" riportati nella seguente Tavola 2.

Tafel 2: optimale Dichte (Zielsetzung) nach „Einwohner je Verkaufsstelle“ (Quelle: Landesrichtlinien)
Tavola 2: densità ottimale (obiettivo) in termini di “abitanti per rivendita” (fonte: Direttive provinciali)

Gemeindebevölkerung Popolazione comuni	Einwohner je Verkaufsstelle: Mittelwert auf 31.12.2006 und tendentielle Zielsetzung Abitanti per rivendita: media al 31.12.2006 e obiettivo tendenziale		
	Status Analyse/Analisi al 31.12.2006	Tendentielle Zielsetzung Obiettivo tendenziale	
		-10% (Entwicklung/sviluppo)	-20% (Entwicklung/sviluppo)
Fino a 3000 abitanti Bis zu 3000 Einwohn.	685	616	548
Da 3001 a 10000 abit. Mit 3001 bis 10000 Ein.	855	770	684
Comuni maggiori Größere Gemeinden	888	799	710
Intera provincia Gesamte Provinz	815	578	505

(aufgerundete Daten/dati arrotondati all'unità)

Die Gemeinde kann eine weitere Erhöhung der Anzahl der Verkaufsstellen vorsehen, indem das Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“ weiter reduziert wird. Dies muss unter Beachtung der in den Kriterien im Artikel 10-ter des D.L.H. Nr. 39/2000 enthaltenen Vorhersagen erfolgen:

- Bevölkerungsdichte und Anzahl der Familien;
- urbanistische und soziale Eigenschaften jeder Zone bzw. jedes Stadtviertels;
- Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften;
- Zufahrtsbedingungen, insbesondere von ländlichen oder Berggebieten;

Punkt 3 stellt weiters fest, dass der Plan zur Standortbestimmung, welcher eine Gültigkeit von 5 Jahren hat und laut Absatz 4 des Artikels 10-ter des D.L.H. Nr.39/2000 für weitere 2 Jahre verlängert werden kann, die Unterteilung des Gemeindegebietes in Zonen vorsehen muss, die in urbanistischer und kommerzieller Hinsicht homogen sein müssen, wobei für jede Zone die Verteilung der bereits bestehenden Verkaufspunkte zu bestimmen ist.

Für jede einzelne Zone werden anhand der oben angeführten Kriterien und auf der Grundlage der Richtlinien hinsichtlich des Ausbaus des Verteilungsnetzes die Standorte der neuen Verkaufsstellen bestimmt.

Il Comune può prevedere un ulteriore incremento della diffusione dei punti vendita, riducendo ulteriormente il rapporto “abitanti per rivendita”. Tale passaggio dovrà avvenire nel rispetto delle previsioni recate dalle criteri contenuti nell’art. 10-ter del D.P.G.P. 39/2000:

- densità della popolazione e numero famiglie;
- caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere;
- entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;
- condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone rurali o montane;

Il punto 3 stabilisce inoltre che il piano di localizzazione, il quale ha validità di 5 anni prorogabile per ulteriori 2 ai sensi del comma 4 dell’art. 10-ter del D.P.G.P. 39/2000, deve necessariamente prevedere la suddivisione del territorio in zone, che risultino omogenee dal punto di vista urbanistico e commerciale, individuando per ciascuna zona la dislocazione dei punti vendita già esistenti.

Sempre a livello di singola zona andrà individuata la dislocazione dei punti vendita di nuova istituzione, secondo i criteri sopra evidenziati ed in base a quanto previsto dalle Direttive circa gli obiettivi di sviluppo della rete di vendita.

Was die Übersiedlung eines bereits bestehenden Zeitungsverkaufspunktes betrifft, kann dies nur von einer gesättigten Zone in eine Zone erfolgen, in der der Plan die Möglichkeit vorsieht, einen neuen Verkaufspunkt zu eröffnen.

Es wird bekräftigt, dass die kommunalen Planungsinstrumente vorzeitig von den Vereinigungen der Verleger und Verteiler sowie von den auf nationaler Ebene wichtigsten Gewerkschaftsorganisationen der Kleinhändler (Südtiroler Presse Vertrieb - S.P.V., Nationale Gewerkschaft der italienischen Zeitungsverkäufer - SINAGI, Italienischer Verband der Zeitungsverleger) begutachtet werden müssen.

Die Landesrichtlinien sehen schließlich vor, dass für die im Artikel 10-quinquies des D.LH. Nr. 39/2000 aufgelisteten Tätigkeiten die Erteilung der Genehmigung für den Verkauf von Zeitungen nicht notwendig ist. Dies gilt:

- a) für Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von Fachartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für den Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften;
- b) für den Verkauf entsprechender Fachveröffentlichungen an Sitzen von Parteien, Körperschaften, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerkschaften oder Vereinigungen;
- c) für den Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen Zeitungen, die der einschlägigen Werbung dienen;
- d) für den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften im Sitz der jeweiligen Verlagsanstalt sowie in deren Außenredaktionen;
- e) für den Verkauf von Fachveröffentlichungen, die normalerweise nicht im Zeitungs- und Zeitschriftenhandel erhältlich sind;
- f) für die Lieferung frei Haus und den Straßenhandel seitens der Verleger, Verteiler sowie Zeitungs und Zeitschriftenhändler;
- g) für den Verkauf in Beherbergungsbetrieben und auf Campingplätzen, falls dieser ein Teil des Kundendienstes ist;
- h) für den Verkauf in Museen, öffentlichen oder privaten Strukturen, zu denen nur bestimmte Personen Zugang haben, sofern der Verkauf ausschließlich an diese Personen gerichtet ist;
- i) für den Verkauf an Tankstellen und in Raststätten;
- j) für den Verkauf in Gaststätten, die sich in Weilern und Ortschaften ohne Verkaufspunkte für Zeitungen befinden.

Per quanto concerne il trasferimento di un punto vendita di giornali già esistente potrà avvenire solo da una zona satura ad una zona nella quale il piano di localizzazione prevede la possibilità di nuove attivazioni.

Si conferma che gli strumenti programmatori comunali vanno preventivamente sottoposti al parere delle associazioni degli editori, dei distributori e delle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello nazionale (indicate essere: SPV Distribuzione Stampa, SINAGI, Sindacato Nazionale Giornalai d'Italia, Federazione Italiana Editori Giornali).

Le Direttive infine prevedono che a fronte delle attività elencate nell'art. 10-quinquies del D.P.G.P. 39/2000 non è necessario il rilascio dell'autorizzazione per la vendita di giornali. Ciò vale:

- a) per gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste periodiche di identica specializzazione;
- b) per la vendita nelle sedi dei partiti, in enti, chiese, Comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- c) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa, ricorrendo all'opera di volontari e volontarie;
- d) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- e) per la vendita di pubblicazioni specializzate normalmente non distribuite nelle edicole;
- f) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- g) per la vendita negli esercizi ricettivi e nei campeggi quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- h) per la vendita effettuata all'interno di musei, di strutture pubbliche o private con accesso riservato a determinate persone, purché essa sia rivolta unicamente a dette persone;
- i) per la vendita nei distributori di carburante e nelle aree di servizio;
- j) per la vendita nelle trattorie ubicate in nuclei abitati e nuclei di case sparse, nei quali non sono presenti punti vendita di giornali."

STATISTISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE ERHEBUNG

INDAGINE STATISTICA E SOCIO-ECONOMICA

2.1. Methodologie.

Vom methodologischen Gesichtspunkt her kann die Planung der Verkaufspunkte von Zeitungen und Zeitschriften nicht nur aufgrund der Kriterien hinsichtlich des Kundenbedarfs erfolgen, insbesondere zahlenmäßig und damit im Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“. Artikel 10-ter des D.LH. Nr. 39/2000 unterstreicht diesbezüglich die Bedeutung, die Bevölkerungsdichte, die Anzahl der Familien sowie die Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Tageszeitungen und Zeitschriften zu berücksichtigen.

Tatsächlich ist es auch wichtig, zusätzliche Bewertungen vorzunehmen.

Ein weiteres zweckmäßiges Kriterium für die Ansiedlung stellt eine vorsorgliche Zoneneinteilung dar, wobei homogene Zonen bestimmt werden. Man verweist darauf, dass die Richtlinien diesbezüglich die Bedeutung der Bewertung der urbanistischen und sozialen Eigenschaften jeder Zone bzw. jedes Stadtviertels unterstreichen.

Die Berechnung der zulässigen Verkaufsstellen, umfasst insgesamt jede Zone. Um eine signifikante aber zum Teil „gedämpfte“ Entwicklung des Netzes zu erlauben, wurde vorsichtshalber der objektive Parameter einbezogen, welcher im Verhältnis zum 31.12.2006 ermittelten Mittelwert des Landes für Gemeinden mit 3001 bis 10000 Einwohnern um 20% reduziert wurde; dieser entspricht Kaltern an der Weinstrasse.

Jedenfalls wurde der angewandte Parameter von jenem der einen Verkaufsstelle je 855 Einwohnern (Untersuchung zum 31.12.2006) auf den „optimalen“ oder der „Zielsetzung“ von 684 „Einwohnern je Verkaufsstelle“ reduziert.

Daraus resultiert, dass die optimale Anzahl (Zielsetzung) an Verkaufsstellen für jede homogene Zone sich aus folgender Formel ableiten lässt:

$$O.V. = B.Z_n / Z.P.$$

dabei:

O.V. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung

B.Z_n = Bevölkerung der Zone _n zum 30.06.2007

Z.P. = zum Ziel gesetzter Parameter (684 „Einwohner je Verkaufsstelle“)

2.1. Metodologia.

Dal punto di vista metodologico, la programmazione dei punti vendita di giornali non può avvenire solamente sulla base dei criteri relativi al fabbisogno dell'utenza, specialmente in termini numerici e dunque di rapporto "abitanti per rivendita". L'art. 10-ter del D.P.G.P. n.39/2000 evidenzia al riguardo l'importanza di considerare la densità della popolazione e il numero delle famiglie nonché l'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni.

In effetti, è importante operare ulteriori valutazioni.

Come ulteriore criterio per l'insediamento risulta opportuno stabilire una preventiva zonizzazione, individuando delle aree omogenee. Si ricorda che le Direttive evidenziano al riguardo l'importanza di valutare le caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere.

Il calcolo delle rivendite autorizzabili è effettuato nel complesso per singola zona. E' stato assunto prudenzialmente, al fine di consentire un significativo ma in parte "frenato" sviluppo della rete, il parametro obiettivo ridotto del 20% rispetto alla media provinciale rilevata al 31.12.2006 per comuni da 3.001 a 10.000 abitanti, qual è Caldaro sulla Strada del Vino.

Pertanto il parametro assunto è ridotto da quello di una rivendita ogni 855 abitanti (indagine al 31.12.2006) a quello "ottimale" od "obiettivo" di 684 "abitanti per rivendita".

Ne deriva che il numero ottimale (obiettivo) di rivendite complessive per singola zona omogenea è calcolabile secondo la seguente formula:

$$R.O. = P.Z_n / P.O.$$

dove:

R.O. = rivendite ottimali/obiettivo

P.Z_n = popolazione della zona _n al 30/06/2007

P.O. = parametro obiettivo (684 "abitanti per rivendita")

Die Anzahl der bestehenden Verkaufsstellen (B.V.) ist ein ebenso sicherer Wert, wie im Laufe der Ausarbeitung des gegenständlichen Themas fest-gestellt wurde.

Il numero delle rivendite esistenti (R.E.) è un dato altrettanto certo, verificato nel corso della stesura del presente elaborato.

Die Anzahl der zulässigen Verkaufsstellen (Z.V.) ergibt sich aus einer einfachen Differenz:

Il numero di rivendite autorizzabili (R.A.) è individuato per semplice differenza:

$$Z.V. = O.V. - B.V.$$

$$R.A. = R.O. - R.E.$$

dabei:

Z.V. = Zulässige Verkaufsstellen

O.V. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung

B.V. = Bestehende Verkaufsstellen

dove:

R.A. = rivendite autorizzabili

R.O.= rivendite ottimali/obiettivo

R.E. = rivendite esistenti

Es ist wichtig zu unterstreichen, dass die entworfene und durchgeführte Planung eine Zeitdynamik aufweisen muss, die die Möglichkeit bietet, im Falle von Geschäftsaufösungen neue Genehmigungen zu erteilen, falls das Verhältnis wieder positiv wird.

E' importante sottolineare che la programmazione impostata e realizzata deve risultare dinamica nel tempo, con possibilità di rilascio di nuove autorizzazioni in caso di cessazione di quelle preesistenti, qualora il rapporto torni positivo.

2.2. Durchgeführte Untersuchung.

2.2. L'analisi condotta.

2.2.1. Urbanistische Eingrenzung der Zonen.

2.2.1. Delimitazione urbanistica delle zone.

Im gegenständlichen Fall hat man es für ange-bracht gehalten, das Gemeindegebiet in 5 homogene Zonen einzuteilen, die in der Tafel 3 aufgezählt sind und detaillierter in der entsprechenden Anlage zu den Durchführungsbestimmungen bestimmt sind.

Nel caso specifico, si è ritenuto di suddividere il territorio comunale in 5 Zone omogenee, elencate nella Tavola 3 e, più in dettaglio, individuate nell'appendice Allegato alle Norme di attuazione.

Tafel 3: Bestimmung der homogenen Zonen in Kaltern an der Weinstrasse
Tavola 3: individuazione delle zone omogenee di Caldaro sulla strada del vino

Zone/a	Grundsätzliche Bestimmung/ Individuazione di massima
1	Kaltern (Altstadt + Mitterdorf + St.Nikolaus + Pfuss + St.Anton + Altenburg) Caldaro (Centro storico+Villa di Mezzo + S.Nicolò + Pozzo + S.Antonio + Castelvechio)
2	Unterplanitzing und Oberplanitzing / Pianizza di Sotto e Pianizza di Sopra
3	St. Josef am See / S.Giuseppe al lago
4	Mendelpass / Passo Mendola
5	Kalterer Moos / Palude di Caldaro

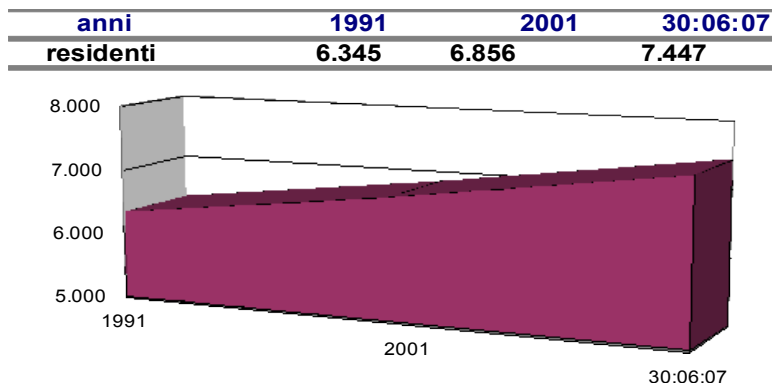
2.2.2. Bevölkerung je Zone.

2.2.2. Popolazione per zona.

Bevölkerungsstand und trend stellen grundlegende Indikatoren für die Bereichsplanung dar. Der der-zeitige Bevölkerungsstand in der Gemeinde zählt 7.447 Einwohner aufgeteilt in 3.119 Familien. Der histo-rische Bevölkerungstrend im Verlauf der letzten fünf-zehn Jahre weist einen Wachstumstrend auf, siehe Tafel 4.

Consistenza e trend della popolazione rappresentano indicatori fondamentali per la programmazione del settore. La popolazione comunale attuale è di 7.447 abitanti ripartiti in 3.119 famiglie. Il comune presenta una serie storica della popolazione, nel corso degli ultimi quindici anni, in trend di crescita, come evidenza la Tavola 4.

Tafel 4: Die demographische Entwicklung in Kaltern an der Weinstrasse (1991/30.06.2007)
Tavola 4: evoluzione demografica di Caldaro sulla strada del vino (1991/30.06.2007)

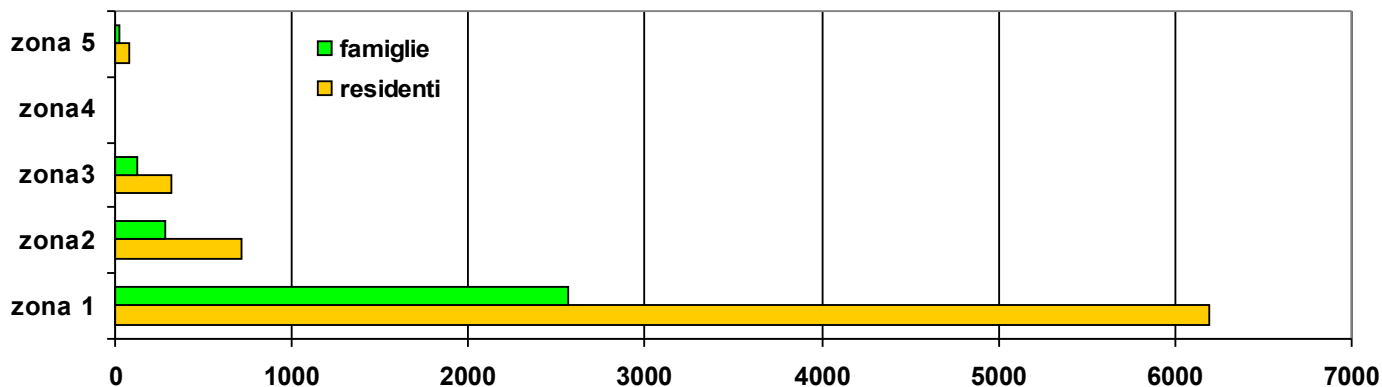


Auf analytischer Ebene und damit auf Ebene von homogenen Zonen wurde Mitte 2007 folgende Bevölkerungssituation erhoben.

A livello più analitico, e dunque spingendo l'analisi a livello di zone omogenee, questa la situazione della popolazione rilevata a metà 2007.

Tafel 5: Demographische Entwicklung der homogenen Zonen in Kaltern an der Weinstrasse (30.06.07)
Tavola 5: situazione demografica delle zone omogenee di Caldaro sulla Strada del Vino (30.06.07)

Zone Zona	Bevölkerung 30.06.2007 Popolazione 30.06.2007	Familien 30.06.2007 Famiglie 30.06.2007
1	6.318	2.664
2	735	294
3	318	132
4	0	0
5	76	29



2.2.3. Bestandsaufnahme der Verkaufsstellen: Anzahl und Lage.

In Kaltern an der Weinstrasse werden derzeit 8 Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften gezählt, alle mit Jahresbetrieb. Von den 8 operativen Betrieben, übt keiner ausschließlich den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften aus, alle üben den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften als Nebentätigkeit zu anderen Handelstätigkeiten aus (Verkauf von Lebensmitteln, Monopolwaren, Bar). Nachstehend wird die statistische Situation der Verkaufsstellen getrennt nach homogener Zone und Typologie zum jetzigen Zeitpunkt und in Zeitreihen dargestellt. Man weist darauf hin, dass die entsprechende analytische Aufzählung und die Veranschaulichung in einer Planimetrie in den Anlagen zu den Durchführungsbestimmungen zu finden ist.

2.2.3. Censimento delle rivendite: numero e posizionamento.

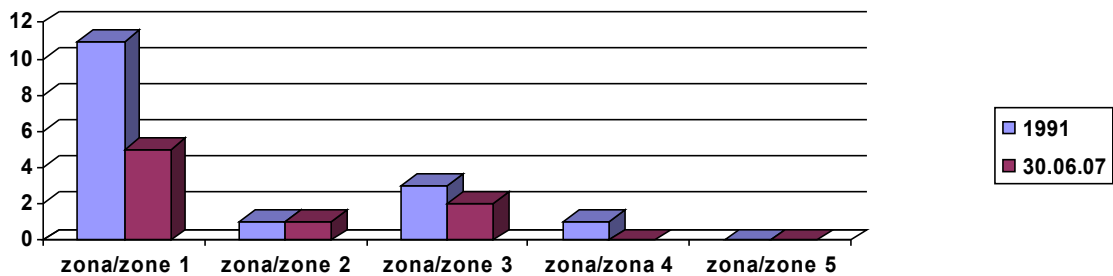
A Caldaro sono oggi censiti 8 punti vendita di giornali e riviste, tutti ad operatività annuale. Degli 8 esercizi in attività, nessuno esercita la sola vendita di giornali e riviste: in tutti gli esercizi la vendita di giornali e riviste è abbinata in forma complementare a quella di altre attività commerciali (vendita di prodotti alimentari, generi di monopolio, bar). Di seguito, si riporta la situazione statistica dei punti vendita suddivisi per zona omogenea e tipologia, a oggi e in serie storica, evidenziando che la relativa elencazione analitica e visualizzazione in planimetria è riportata negli allegati alle Norme di attuazione.

Tafel 6: Aktuelle Verkaufsstellen nach homogenen Zonen in Kaltern an der Weinstr.(30.06.07)
Tavola 6: rivendite attuali per zona omogenea in Caldaro sulla Strada del Vino (30.06.07)

ZONA / ZONE	RIVENDITE / VERKAUFSSTELLEN
1	5
2	1
3	2
4	0
5	0
Totale/summe	8

Tafel 7: Verkaufsstellen nach homogenen Zonen in Kaltern an der Weinstrasse (1991)
Tavola 7: rivendite per zona omogenea in Caldaro sulla Strada del Vino (1991)

ZONA / ZONE	RIVENDITE / VERKAUFSSTELLEN
1	11
2	1
3	3
4	1
5	0
Totale/summe	16



Auf Gemeindeebene wird ein zahlenmäßiger Rückgang der Verkaufsstellen im Zeitraum 1991/30.06.07 verzeichnet. Der Saldo ist um 8 Einheiten negativ, dies entspricht 50%. Auf Gemeindeebene steigt demnach der Parameter „Einwohner je Verkaufsstelle“; Indikator für einen Rückgang des Serviceniveaus. Der Parameter verändert sich im Zeitraum 1991/30.06.07 von 397 auf 931, dies entspricht einer Änderung von etwas unter 135%.

Die Gliederung des Netzes nach Zonen zeigt, immer nach Zeitreihen vorgehend, dass die negative Dynamik wesentlich die Zone 1 betrifft. In dieser Zone wurde nämlich ein gradueller Rückgang der Dienstleistung festgestellt, da in den 90er Jahren 2 Betriebe und weitere 5 nach 2001 geschlossen wurden. In dieser Zone war vor allem die Ortschaft von St. Nikolaus davon benachteiligt. In den restlichen Zonen, hat sich in der analysierten Zeitspanne am Mendelpass eine negative Änderung ergeben, wo derzeit der Dienst nicht gewährleistet ist.

2.2.4. Zufahrtsbedingungen.

Die Informationen hinsichtlich der Erreichbarkeit der Flächen und vor allem der bestehenden Verkaufsstellen sind zum Hervorheben des Serviceniveaus von Nutzen. Die Planimetrie hat einige Zonen ergeben, die eine Situation mit Zufahrtsproblemen für die Kunden aufweisen. Es handelt sich um die Ortschaft Altenburg in der Zone 1, wo die Entfernung zwischen den bestehenden Verkaufsstellen etwas über einen Kilometer beträgt. Des Weiteren in der Zone 2 in Unterplanitzing, wo es keine Verkaufsstellen gibt und die 286 Einwohner sich jener in Oberplanitzing bedienen müssen. In Altenburg wie auch in Unterplanitzing sind auch keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden, denen der Zeitungsvertrieb angeschlossen werden könnte. Eine weitere Problematik, aufgrund langer Wege für Konsumenten um Tageszeitungen und Zeitschriften zu kaufen, ergibt sich in der Zone 5, wo es keine Verkaufsstellen gibt. Schließlich weist man auf die Notwendigkeit hin, in der Zone 3 in St. Josef am See das Angebotsniveau zu verbessern, aufgrund des starken Zustroms von Touristen, der nach Fertigstellung des neuen Schwimmbades noch zunehmen wird. Und wiederum am Mendelpass, wo ein reger Transittourismus während der Sommermonate herrscht, wird der Dienst nicht gewährleistet, da der bis 2001 vorhandene Wiederverkauf nicht mehr existent ist.

A livello comunale, si evidenzia una contrazione nella numerica delle rivendite nel periodo 1991/30.06.07. Il saldo è negativo per 8 unità, pari al 50%. Aumenta dunque a livello comunale il parametro "abitanti per rivendita", indice di una contrazione del livello di servizio. Il parametro passa nel periodo 1991/30.06.07 da 397 a 931, con una variazione di poco inferiore al 135%.

L'articolazione della rete per singola zona, operando un esame sempre in serie storica, evidenzia che la dinamica negativa interessa essenzialmente la zona 1. In essa, infatti, si è sperimentata una contrazione del livello di servizio graduale, essendo venuti meno 2 esercizi negli anni '90 e altri 5 dopo il 2001. All'interno di tale zona l'area maggiormente penalizzata da tale contrazione è stata la località di S. Nicolò. Nelle restanti zone, nell'arco temporale analizzato, si è verificata una variazione negativa a Passo Mendola dove il servizio ad oggi risulta assente.

2.2.4. Condizioni di accesso.

Le informazioni relative all'accessibilità alle aree e in particolare alle rivendite esistenti sono utili per evidenziare il livello di servizio presente. La mappatura localizzativa evidenzia alcune zone che presentano una situazione con talune difficoltà di accesso al servizio da parte dell'utenza. Trattasi della località Castelvecchio, nella zona 1, dove la distanza fra rivendite esistenti supera, di poco, il chilometro. Ed ancora nella zona 2, precisamente a Pianizza di Sotto, dove non esistono rivendite con la necessità per i 286 residenti di servirsi in quella attiva a Pianizza di Sopra. Sia a Castelvecchio che a Pianizza di Sotto non si riscontra nemmeno la presenza di esercizi di commercio al dettaglio a cui solitamente le rivendite di giornali si accomunano. Una ulteriore problematica riferita ai lunghi tragitti che il consumatore deve effettuare per l'acquisto di quotidiani e periodici si rileva nella zona 5 (Palude di Caldaro), sprovvista di rivendite. Infine si segnala come nella zona 3 di S. Giuseppe al Lago, ove si riscontra una notevole affluenza di turisti che andrà ad aumentare anche a seguito della realizzazione della nuova piscina, sia necessario elevare maggiormente il livello di servizio. Ed ancora a Passo Mendola dove il transito turistico risulta notevole nella stagione estiva, essendo venuta meno la rivendita esistente fino al 2001, il servizio non viene assicurato.

2.2.5. Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften.

In Italien hat der Durchschnittswert an täglich verkauften Tageszeitungen, trotz Anstieg der Titelanzahl, in den letzten 25 Jahren keine Anzeichen von Unbeständigkeit angezeigt. Die Anzahl an vertriebenen Kopien ist praktisch unverändert geblieben. Auf einen Anstieg in den 80er Jahren ist ein langsamer Rückgang in den 90er Jahren gefolgt. Bei den Zeitschriften hat man jedoch in den letzten Jahren einen leichten Anstieg verzeichnet, auch wenn die Entwicklungsrate bescheiden ausfällt.

Die Daten (Quelle Accertamenti Diffusione Stampa) zeigen, dass in der Provinz Bozen im Jahr 2002 durchschnittlich 88.452 Kopien an Tageszeitungen verteilt wurden und im Jahr 2004 88.004 Kopien. Dies entspricht einem Rückgang von 0,50%. Bei den wöchentlichen Zeitschriften liegt der Vertriebsdurchschnitt bei 128.451 Kopien im Jahr 2002 und bei 132.426 Kopien im Jahr 2004, was einem Anstieg von etwas über 3% entspricht. Bei den monatlichen Zeitschriften ist der Zuwachs noch ausgeprägter (etwas über 8%), wobei die durchschnittlichen Kopien von 82.929 im Jahr 2002 auf 89.626 zwei Jahre später angestiegen sind.

Auf Gemeindeebene sind keine aktuellen Daten in Bezug auf die Anzahl der Verkäufe verfügbar, aber man kann realistisch von einer Übereinstimmung mit der Entwicklung auf größerer Ebene (Italien und Provinz Bozen) ausgehen.

2.2.5. Entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni.

In Italia la vendita media giornaliera dei quotidiani, benché il numero delle testate sia aumentato, non registra negli ultimi 25 anni segni di discontinuità, restando la quantità di copie diffuse praticamente invariata. Ad un aumento registrato negli anni '80 è corrisposto un lento declino nel corso degli anni '90. A livello di periodici si registra invece un leggero incremento proprio negli ultimi anni, anche se con tassi di sviluppo sostanzialmente modesti.

I dati (fonte Accertamenti Diffusione Stampa) evidenziano per la provincia di Bolzano una diffusione media di quotidiani di 88.452 copie nel corso del 2002 e di 88.004 copie nel 2004, con una contrazione pari allo 0,50%. A livello di periodici settimanali, la diffusione media nel 2002 segnava 128.451 copie. Nel 2004 si attesta a 132.426 copie, con uno sviluppo di poco superiore al 3%. Per quanto riguarda i periodici mensili, l'incremento appare più marcato: poco più dell'8%. Si passa dalle 82.929 copie medie del 2002 alle 89.626 di due anni dopo.

A livello comunale non sono disponibili dati recenti relativi all'entità delle vendite, ma si può realisticamente supporre una coincidenza con l'andamento rilevato in ambiti più allargati (la stessa provincia di Bolzano).

CKAPITEL 3 ENDERGEBNISSE

3.1. Endbewertung.

Bei der Planung des Verkaufsnetzes von Zeitungen und Zeitschriften kann nicht außer Acht gelassen werden, dass dieser Sektor von der großen Vereinfachungsreform ausgeschlossen blieb, die hingegen den kleinen Handel (die Nahversorgung) betroffen hat. Eine Reform die vom gesetzvertretenden Dekret 114/98 ausging.

Das Dekret 170/01 hat grundsätzlich bestätigt, dass für die Ausübung der Verkaufstätigkeit eine Verwaltungsgenehmigung erforderlich ist und hat neuerlich die Definition und die Genehmigung der Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen auf Gemeindeebene, aber auch die Genehmigung der Kriterien zur Inbetriebnahme von nicht exklusiven Geschäften vorgeschlagen.

Die größte vom Dekret 170/01 bestätigte Starrheit, in erster Linie in Zusammenhang mit der „Liberalisierung“, welche in der restlichen kleinen Nahversorgung stattgefunden hat, liegt im derzeitigen Verteilungsmodell unseres Landes begründet, wo drei Subjekte in Wechselwirkung stehen: Verleger, Verteiler, Zeitungsverkäufer. Der Verteiler, auf den beachtliche Kosten hinsichtlich der Verteilungsphase zurückfallen, hat ein augenfälliges Interesse daran, nur wenige Betriebe zu beliefern, jeden mit bedeutenden Verkaufsvolumen, um die Belieferung zusammen zu legen.

Eine zweite Anomalie des Modells zeigt sich daran, dass für den Zeitungsverkäufer im Vergleich zum „traditionellen“ Händler das Unternehmensrisiko begrenzt ist: Der Gewinn wird anhand eines fixen und sicheren Prozentsatzes auf den Verkauf berechnet, es gibt kein Lager, die angebotene Ware ist nicht angekauft. Die beklagte Starrheit des Verkaufsnetzes, wird außer von der nicht sehr hohen Leseleistung, welche von zahlreichen Veröffentlichungen belegt wird, scheinbar von den obgenannten Faktoren beeinflusst.

Mit der neuen Reglementierung des Sektors, welche insbesondere vom gesetzvertretenden Dekret 170/2001 ausging, war man sich über den Versuch einig, die Ordnung des Verkaufsnetzes dynamischer und das Serviceniveau benutzerfreundlicher zu gestalten, indem die Zufahrtsbedingungen für den Kauf von Zeitungen und Zeitschriften erleichtert werden.

CAPITOLO 3 RISULTANZE FINALI

3.1. Valutazioni conclusive.

Nel programmare la rete di vendita di giornali e riviste non può non essere sottolineato il fatto che il settore è stato escluso dalla grande riforma di semplificazione che ha invece riguardato il piccolo commercio (quello "di vicinato"), riforma recata dal decreto legislativo 114/98.

Il decreto 170/01 ha sostanzialmente confermato la necessità dell'autorizzazione amministrativa per svolgere l'attività di vendita e ha riproposto la definizione e approvazione, a livello comunale, dei Piani di localizzazione per le rivendite esclusive, ma anche l'approvazione dei Criteri per la attivazione di esercizi non esclusivi.

La maggiore rigidità confermata dal decreto 170/01, specie in rapporto alla "liberalizzazione" avvenuta per il restante piccolo commercio di vicinato, è da ricercare nel modello distributivo in atto nel nostro Paese, dove interagiscono tre soggetti: editore, distributore, edicolante. Il distributore, sul quale ricadono significativi oneri relativi alla fase di distribuzione, ha un evidente interesse a rifornire pochi esercizi, ciascuno connotato da importanti volumi di vendita, per raggruppare i rifornimenti.

Una seconda anomalia, nel modello, è rappresentata dal fatto che per l'edicolante, rispetto al commerciante "tradizionale", il rischio di impresa è limitato: il guadagno è calcolato in percentuale fissa e certa sul venduto, non esiste magazzino, la merce in vendita non è acquistata. La lamentata rigidità della rete di vendita, oltre alla non elevata propensione alla lettura, documentata da numerose pubblicazioni, appare influenzata dai fattori suesposti.

Con la nuova normativa di settore recata in particolare dal decreto legislativo 170/2001, si è inteso operare per cercare di rendere più dinamico l'assetto della rete di vendita, più avanzato il livello di servizio, agevolando le modalità di accesso per l'acquisto di giornali e riviste.

Nel caso di Caldaro sulla Strada del Vino le analisi operate permettono di affermare che l'attuale rete

Im Falle von Kaltern an der Weinstrasse haben die Analysen gezeigt, dass das derzeitige Verkaufsnetz solide und auf dem Gebiet verwurzelt ist. Auch wenn der Trend bei der Anzahl an Verkaufsstellen in den letzten Jahren rückgängig erscheint, so ist das Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“ auf Gemeindeebene im Vergleich zum Durchschnitt auf Landesebene auf einem leicht schlechteren Niveau. Tatsächlich verzeichnet Kaltern im Vergleich zum Landeswert von 855 für Gemeinden in derselben Bevölkerungskategorie (3000/10000 Einwohner) einen Wert von 931 „Einwohner je Verkaufsstelle“.

Die durchgeführte Analyse hat die Verwaltung, trotz sorgfältigem Abwägen der kritischen Einwände der Berufskategorien, in der Meinung, dass der Schutz des Informationsrechtes sich vor allem aus der Verwirklichung der „Nahversorgung“ ergibt, dazu gebracht, die Leistungsverteilung auf dem Gebiet genauesten zu überprüfen, wobei die vorrangige und grundsätzliche Zielsetzung in der Erreichung eines territorialen Gleichgewichtes bestand.

Dies bringt die Anforderung mit sich, eine möglichst flächendeckende Dienstleistung zu erzielen, aber anstatt aus dem rein wirtschaftlichen Gesichtspunkt zu agieren, sollte eine soziogebietsmäßige Bewertung erfolgen. Unter dem rein gebietsmäßigen Profil hat die durchgeführte Analyse keine zufrieden stellende Deckung in Teilen des Gemeindegebietes ergeben. Dies bedeutet nicht, dass einige Personen sich nicht mit Tageszeitungen und Zeitschriften eindecken können, dass aber die Strecken zwischen ihren Wohnungen und der nächst gelegenen Verkaufsstelle nicht optimal sind.

Es muss unterstrichen werden, dass die Komponente der Nachfrage sich nicht nur aus Einwohnern sondern auch aus Touristen zusammensetzt. Kaltern ist stark touristisch geprägt und verzeichnet eine hohe Touristenanwesenheit: 2005 wurden bei Hotelbetrieben und anderen Strukturen 79.369 Ankünfte und 413.887 Anwesenheiten verzeichnet. Nicht außer Acht zu lassen ist die erhebliche Anziehungskraft des Kalterer Sees, der Weinstraße und des Mendelpasses, vor allem für den so genannten Tages- und/oder Durchgangstourismus.

Aufgrund dieser Analyse erscheint die Zone 5, auch wenn sie nur eine niedrigere Bevölkerungsdichte aufweist, als unterversorgt. Dies bedeutet eine erhöhte Anforderung an die Einwohner, da die nächstgelegene Verkaufsstelle 2 Kilometer entfernt ist.

di vendita si presenta discretamente radicata sul territorio, malgrado che il trend nella numerica delle rivendite risulti nel corso degli ultimi anni in contrazione. Il rapporto “abitanti per rivendita” a livello comunale si colloca su valori lievemente peggiori rispetto alla media provinciale. Infatti, a fronte di un valore provinciale per i comuni della medesima fascia demografica (3000/10000 abitanti) di 855, Caldaro segna 931 “abitanti per rivendita”.

L’analisi condotta, pur avendo attentamente valutato i rilievi critici effettuati dalle associazioni di categoria, ritenuto che la tutela del diritto all’informazione si verifichi soprattutto come realizzazione della “prossimità” del servizio, ha portato la Amministrazione a verificare con attenzione la distribuzione del servizio sul territorio ponendosi come obiettivo prioritario e fondamentale la realizzazione di un equilibrio di carattere territoriale.

Ciò comporta l’esigenza di realizzare un servizio per quanto possibile capillare ma, piuttosto che dal punto di vista puramente economico, occorre procedere a una valutazione di tipo socio - territoriale. Sotto il profilo strettamente territoriale, l’analisi condotta ha messo in luce una copertura non soddisfacente in parti del territorio comunale. Ciò non significa che vi siano persone non in grado di rifornirsi di quotidiani e periodici, ma che il tragitto tra le loro abitazioni ed il più vicino punto vendita non è da considerarsi ottimale.

E’ utile sottolineare che la componente della domanda si compone non solo di residenti, ma anche di turisti. Al riguardo, Caldaro evidenzia una forte vocazione turistica e registra un numero elevato di presenze: nel 2005 tra strutture alberghiere ed extralberghiere si sono contati 79.369 arrivi e 413.887 presenze. Da non dimenticare poi la notevole attrazione esercitata dal Lago di Caldaro, dalla strada del vino, dal passo della Mendola, specie nei confronti del cosiddetto turismo “giornaliero e/o di passaggio”.

In base a tale analisi risulta carente di servizio la zona 5 che, sebbene registri una bassa densità abitativa, si connota per disagi che i suoi abitanti subiscono in relazione alla distanza di quasi 2 chilometri dalla rivendita più prossima.

Es ist festzuhalten, dass durch die Zone eine Hauptverbindungsstraße führt, welche den lokalen Verkehr und vor allem in der Sommerzeit einen erheblichen Touristenstrom von der Autobahnausfahrt Neumarkt / Auer und vom Unterland Richtung Kaltern an der Weinstraße leitet.

Um die obgenannten Zielsetzungen zu erreichen, wird es für nötig erachtet, für die Zone 5, da es sich um einen ländlichen Teil des Gemeindegebietes handelt, der über keinen Betrieb verfügt, ein Kontingent von zumindest 1 Verkaufsstelle für den Verkauf von Zeitungen vorzusehen.

Auch in der Zone 4 ergibt sich ein Mangel. Der bis vor einigen Jahren gewährleistete und seit einigen Jahrzehnten kontinuierliche Dienst fehlt heute. Man bedenke, dass auf dem Mendelpass jedes Jahr, und vor allem in den Sommermonaten, ein beachtlicher Tourismusstrom zu verzeichnen ist. Der DTV, der durchschnittliche Tagesverkehr, im Jahr 2004 (Quelle: Astat) zählte 1.824 Fahrzeuge, vorwiegend Autos und Motorräder. Der DTV im Sommer zählte 2.921 Fahrzeuge. Aus diesen Gründen hält man es für angebracht, die Zone 4 mit einem Kontingent von 1 saisonalen Genehmigung auszustatten.

Auch trifft man in der Zone 3 in St. Josef am See auf eine leichte Angebotslücke, nicht so sehr in Hinblick auf die einheimische Bevölkerung, wohl aber gegenüber den Touristen, welche die Zone besuchen. Mit der Fertigstellung des neuen Schwimmbades wird dieser Zustrom von Touristen steigen und es wird demzufolge notwendig, den Dienst weiter zu verstärken.

Die Grundlagen bei den bereits „versorgten“ Zonen bildeten die obgenannte detaillierte Einschätzung und die Berücksichtigung des optimalen Verhältnisses „Einwohner je Verkaufsstelle“. Dadurch wird dem Bedürfnis einer weiteren Verbreitung und Verteilung der Verlagsprodukte auf dem Gemeindegebiet nachgekommen, wodurch dem Konsumenten objektive Auswahlmöglichkeiten hinsichtlich dem leichten Zugang zur Dienstleistung geboten werden, ohne jedoch die Bedeutung der Förderung der mittleren Produktivität der im Verlagswesen tätigen Betriebe außer Acht zu lassen.

Gleichzeitig wollte man ein Konkurrenzgefühl zwischen den verschiedenen Verteilungsformen, immer im Rahmen einer ausgeglichenen und dynamischen Entwicklung der Verteilung, fördern.

Si tenga poi conto che tale zona è percorsa da un'arteria che dall'uscita dell'autostrada di Egna/Ora e dalla bassa atesina convoglia verso Caldaro sulla Strada del Vino il traffico locale e, soprattutto nella stagione estiva, un notevole flusso turistico.

Per raggiungere le finalità sopra evidenziate, si reputa necessario dotare la zona 5, in quanto porzione del territorio comunale di tipo rurale con totale assenza di servizio, di un contingente pari ad almeno una autorizzazione per rivendita di giornali.

Pure in relazione alla zona 4 risulta una carenza. Il servizio assicurato sino a qualche anno fa ed in modo continuativo per numerosi decenni, oggi è assente. Si consideri che a Passo Mendola ogni anno transita, soprattutto nella stagione estiva, un cospicuo flusso turistico. Il TGM, ovvero il Traffico Giornaliero Medio, rilevato nel 2004 (fonte: Astat) riscontra il passaggio di 1.824 veicoli, in maggioranza autovetture e motocicli. Il TGM estivo sale a 2.921 veicoli. Per tali motivazioni si ritiene opportuno dotare la zona 4 di un contingente pari ad una autorizzazione stagionale.

Anche nella zona 3 di S.Giuseppe al Lago si riscontra una leggera carenza non tanto nei confronti della popolazione residente, bensì verso l'utenza "turistica" che frequenta la zona. Con la realizzazione della nuova piscina tale l'afflusso si andrà ad incrementare e quindi necessita potenziare ulteriormente il servizio.

Per quanto riguarda invece le zone già servite, si è proceduto alla luce delle valutazioni sopra dettagliate e considerando il rispetto del rapporto ottimale "abitanti per rivendita", atto a garantire il perseguimento della esigenze di una maggiore diffusione e distribuzione dei prodotti editoriali sul territorio, offrendo al consumatore oggettive possibilità di scelta in relazione alla comodità del servizio ma senza tralasciare l'importanza di agevolare la produttività media delle imprese operanti nel sistema di diffusione dei prodotti editoriali.

Nel contempo, si è ritenuto di favorire una qualche tensione concorrenziale fra le varie tipologie distributive, sempre però nell'ambito di uno sviluppo equilibrato e dinamico della diffusione.

Ein weiteres Ziel, welches mittels Koppelung des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften an die Ausübung anderer Handeltätigkeiten verfolgt wird, ist die Förderung der Dienstleistungsergänzungen zum Vorteil einer höheren Nutzung derselben durch die Konsumenten.

Un altro obiettivo perseguito è la promozione, attraverso l'abbinamento della vendita di quotidiani e periodici con l'esercizio di altre attività di tipo commerciale, di processi di integrazione dei servizi a vantaggio della maggiore fruibilità degli stessi da parte dei consumatori.

3.2. Mögliche Neueröffnungen.

3.2. Nuove possibili attivazioni.

Die Anzahl der neuen zulässigen Genehmigungen nach Verkaufsstellen und nach homogenen Zonen wird nachstehend zusammengefasst und in der entsprechenden Anlage zu den Durchführungsbestimmungen wieder aufgenommen.

La quantificazione delle nuove autorizzazioni rilasciabili per punti vendita per singola zona omogenea è di seguito riassunta, e quindi ripresa nell'appendice Allegato alle Norme di attuazione.

Tafel 8: Mögliche Neueröffnungen je Zone
Tavola 8: nuove attivazioni possibili, per zona

Zone Zona	B.Z _n P.Z _n	Z.P. P.O.	R.O.(P.Z _n /P.O.) R.O.(P.Z _n /P.O.)	B.V. R.E.	Z.V. (O.V. - B.V.) R.A. (R.O. - R.E.)
					VERKAUFSSTELLEN
PUNTI VENDITA					
1	6.318	684	9,24	5	4
2	735	684	1,07	1	0
3	318	684	0,46	2	1**
4	0	684	0	0	1*
5	76	684	0,11	0	1**
SUMME/TOTALE	7.447	-	10,89	8	7

* **saisonal/stagionale**

** **auf eine soziogebietsmäßige Bewertung / in base a valutazione di tipo socio - territoriale**

Legende / Legenda:

B.Z_n/ P.Z_n = Bevölkerung der Zone _n zum 30.06.2007 / popolazione della zona _n al 30.06.2007

Z.P./P.O. = zum Ziel gesetzter Parameter (684 „Einwohner je Verkaufsstelle“) / parametro obiettivo (684 „abitanti per rivendita“)

O.V./R.O. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung (O.V. = B.Z_n/Z.P.) / rivendite ottimali/obiettivo (R.O. = P.Z_n/P.O.)

B.V./R.E. = Bestehende Verkaufsstellen / rivendite esistenti

Z.V./R.A. = Zulässige Verkaufsstellen (O.V. - B.V.) / rivendite autorizzabili (R.O. - R.E.)

TEIL B RICHTLINIEN FÜR VERKAUFSSTELLEN VON ZEITUNGEN

PARTE B NORMATIVA PER I PUNTI VENDITA DI GIORNALI

Artikel:

- Artikel 1. Zielsetzungen
- Artikel 2. Definitionen
- Artikel 3. Zoneneinteilung
- Artikel 4. Verlegungen
- Artikel 5. Zugangsvoraussetzungen
- Artikel 6. Genehmigung
- Artikel 7. Höchstlimit zur Erteilung von neuen Genehmigungen
- Artikel 8. Widerruf der Genehmigung
- Artikel 9. Geschäftsführer
- Artikel 10. Öffnungszeiten
- Artikel 11. Übernahme
- Artikel 12. Sanktionen
- Artikel 13. Tätigkeiten die keiner Genehmigung unterliegen
- Artikel 14. Gültigkeit

Anlagen:

- Anlage 1: Gliederung des Gemeindegebietes in Zonen
- Anlage 2: Verzeichnis der bestehenden Verkaufsstellen
- Anlage 3: neue genehmigte Verkaufsstellen

Articoli:

- Articolo 1. Obiettivi
- Articolo 2. Definizioni
- Articolo 3. Zonizzazione
- Articolo 4. Trasferimenti
- Articolo 5. Requisiti di accesso alla attività
- Articolo 6. Autorizzazione
- Articolo 7. Limite massimo di rilascio di nuove autorizzazioni
- Articolo 8. Revoca dell'autorizzazione
- Articolo 9. Preposto
- Articolo 10. Orari
- Articolo 11. Subingresso
- Articolo 12. Sanzioni
- Articolo 13. Attività non soggette ad autorizzazione
- Articolo 14. Validità

Allegati:

- Allegato 1: suddivisione territorio comunale in zone
- Allegato 2: elenco attuali punti vendita
- Allegato 3: nuove rivendite autorizzabili

Art. 1 - Zielsetzungen

1. Mit den gegenständlichen Richtlinien möchte die Gemeindeverwaltung folgende Zielsetzung erreichen:
 - a) Vereinfachung des Vertriebs von Drucksachen durch eine Neuverteilung der Verkaufsstellen in den verschiedenen homogenen Zonen, in die das Gemeindegebiet unterteilt ist;
 - b) Verbesserung des Kundendienstes durch eine rationalere Verteilung des Verkaufsnetzes, wobei die Zufahrtsbedingungen der Kunden, unter Berücksichtigung der verschiedenen bestehenden sozialen und angesiedelten Realitäten, begünstigt werden;
 - c) Förderung der Einschränkung von Vertriebs- und Betriebskosten der Verkaufsstellen.

Art. 2 – Definitionen

1. Unter Zeitungsverkaufsstelle versteht man einen Betrieb der zum Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften ermächtigt ist.
2. Unter Verkaufsstellen von Zeitungen und Zeitschriften, oder von nur Tageszeitungen oder nur Zeitschriften, versteht man auch Betriebe die in Zusammenhang mit folgenden Tätigkeiten ermächtigt werden können:
 - a) Monopolwarenhandlungen;
 - b) Bars einschließlich solcher, die sich in Autobahnraststätten, in Bahnhöfen oder in Flughäfen und Häfen befinden; ausgenommen sind andere Verpflegungsstellen, Restaurants, Rotisseries und Gaststätten;
 - c) Detailhandelsbetriebe die allen drei Verkaufsstellen angehören und zwar Nahversorgungsbetriebe (kleine Handelsbetriebe), sowie mittlere und Großverteilungsbetriebe.

Art. 3 – Zoneneinteilung

1. Das Gemeindegebiet ist in homogene Zonen eingeteilt, wie sie im Anhang 1.2.3 der vorliegenden Richtlinien angeführt sind, wobei für jede Zone die aktuell bestehenden Verkaufspunkte festgestellt wurden und die Höchstgrenze der neuen Verkaufsstellen bestimmt wurde.

Art. 4 – Verlegungen

1. Die Verlegung von bereits genehmigten Verkaufsstellen von Zeitungen ist innerhalb derselben Zone erlaubt, wenn sie von einer Zone in eine andere erfolgt, dann nur von einer gesättigten Zone in eine Zone wo laut Anlage 3 die Möglichkeit für Neueröffnungen vorgesehen ist.

Art. 5 – Zugangsvoraussetzungen

Art. 1 – Obiettivi

1. Con le presenti Norme l'Amministrazione comunale si propone di realizzare i seguenti obiettivi:
 - a) facilitare la diffusione della stampa attraverso una ridistribuzione dei punti vendita nelle varie aree omogenee di suddivisione del territorio comunale;
 - b) migliorare il servizio alla clientela mediante una più razionale distribuzione della rete di vendita, privilegiando le condizioni di accessibilità degli utenti, nel rispetto delle diverse realtà sociali e insediative esistenti;
 - c) favorire il contenimento dei costi di distribuzione e di esercizio delle rivendite.

Art. 2 – Definizioni

1. Per punto vendita di giornali si intende un esercizio autorizzato alla vendita generale di quotidiani e periodici.
2. Per punto vendita di quotidiani e periodici, o di soli quotidiani o di soli periodici, si intendono anche gli esercizi che sono autorizzabili in abbinamento alle seguenti attività:
 - a) rivendite di generi di monopolio;
 - b) bar, inclusi quelli posti nelle aree di servizio delle autostrade e all'interno di stazioni ferroviarie e aeroportuali, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
 - c) esercizi di vendita al dettaglio appartenenti a tutte e tre le categorie dimensionali ovvero al vicinato (piccole strutture), alle medie ed alle grandi strutture di vendita.

Art. 3 – Zonizzazione

1. Il territorio comunale è suddiviso nelle zone omogenee come indicate negli Allegati 1-2-3 alle presenti Norme, che individuano per ciascuna zona i punti vendita attualmente esistenti ed il limite massimo di punti vendita di nuova istituzione.

Art. 4 – Trasferimenti

1. Il trasferimento di punti vendita di giornali già autorizzati, è consentito all'interno della medesima zona e, se avviene tra diverse zone, solamente da zona satura a zona in cui è prevista in Allegato 3 la possibilità di apertura di nuovi punti vendita di giornali.

Art. 5 - Requisiti di accesso alla attività

1. Für die Ausübung der Tätigkeit des Verkauf von Zeitungen ist der Besitz der moralischen Voraussetzungen gemäß Artikel 5, Absatz 2-3-4 des Gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114, erforderlich.
1. Per l'esercizio dell'attività di vendita dei giornali è necessario il possesso dei requisiti morali di cui all'articolo 5, commi 2-3-4, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Art. 6 – Genehmigung

1. Die Eröffnung, auch saisonal, und die Verlegung des Sitzes einer Verkaufsstelle unterliegen der Genehmigung seitens des Bürgermeister.
2. Die Verkaufsstellen können einen Teil ihrer Verkaufsfläche für den Verkauf von Artikeln bestimmen, die dem Warenbereich „Nicht Lebensmittel“ angehören sowie von verpackten Bonbons, Dragees, Pralinen und Ähnlichem bestimmen. Der Verkauf dieser Artikel darf aber nicht überwiegen.
3. Wer einen Antrag auf Genehmigung stellt, muss die von der Landesabteilung Handwerk, Industrie und Handel erstellten Vordrucke, soweit verfügbar, verwenden und eine Erklärung über die Einhaltung folgender Bedingungen abgeben:
 - a) alle Veröffentlichungen müssen gleich behandelt werden; diese Pflicht gilt nicht für pornographische Veröffentlichungen,;
 - b) die wirtschaftlichen und gewerblichen Bedingungen für den Verkauf der Veröffentlichungen einschließlich der Gewinnspanne der Wiederverkäufer müssen in allen Verkaufsstellen identisch sein; die angebotenen Veröffentlichungen dürfen nicht gekoppelt mit anderen Waren verkauft werden, sofern dies nicht vom Verleger vorgesehen ist,
 - c) die Verkaufsstellen müssen für die angebotenen Veröffentlichungen geeignete bzw. der ausgewählten Produktart angemessene einheitliche Ausstellungsflächen vorsehen,
 - d) es ist verboten, pornographische Zeitungen und Zeitschriften sowie pornographisches Material öffentlich auszustellen.
4. Ein Antrag gilt als angenommen, wenn er nicht innerhalb von 45 Tagen ab Erhalt ausdrücklich abgelehnt wird. Die Frist von 45 Tagen kann für die Dauer von 20 Tagen ausgesetzt werden, wenn die Gemeinde weitere Unterlagen anfordert. Nach Erhalt dieser Unterlagen hat die Gemeinde weitere zehn Tage Zeit, um die abschließende Maßnahme zu erlassen.
5. Allen aufgrund des Gesetzesvertretenden Dekrets vom 24. April 2001, Nr. 170, bestehenden exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen wird, von Amts wegen, die in dieser Verordnung vorgesehene Genehmigung erteilt.

Art. 7 - Höchstlimit zur Erteilung von neuen

Art. 6 – Autorizzazione

1. L'apertura anche stagionale e il trasferimento di sede di un punto vendita di giornali, sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Sindaco.
2. I punti vendita di giornali possono destinare parte della loro superficie di vendita, purché in forma non prevalente, alla vendita degli articoli del settore merceologico non alimentare, nonché di caramelle, confetti, cioccolatini e simili confezionati.
3. Chi chiede l'autorizzazione deve presentare utilizzare, qualora disponibile, la modulistica predisposta dalla Ripartizione provinciale artigianato, industria e commercio ed una dichiarazione di accettazione delle condizioni sotto elencate:
 - a) deve essere assicurata parità di trattamento alle pubblicazioni; tale obbligo non si applica alle pubblicazioni pornografiche;
 - b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuto ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le pubblicazioni poste in vendita non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore;
 - c) gli esercizi devono prevedere un apposito spazio espositivo unitario per le pubblicazioni poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta;
 - d) l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico è vietata;
4. Le domande si intendono accolte, per il principio del silenzio assenso, se entro 45 giorni dalla data del ricevimento non viene adottato il provvedimento di diniego. Il termine di 45 giorni può essere sospeso per un periodo di 20 giorni se il Comune richiede ulteriore documentazione. Quando tale ulteriore documentazione viene prodotta il Comune deve adottare il provvedimento finale entro 10 giorni.
5. A tutti i punti vendita di giornali esclusivi e non esclusivi esistenti in forza del D.Lgs. 170/2001, è rilasciata d'Ufficio l'autorizzazione prevista dal presente regolamento.

Art. 7 - Limite massimo di rilascio

Genehmigungen

1. Die Genehmigungen zur Eröffnung von Verkaufsstellen für Zeitungen werden, unter Einhaltung der Bestimmungen der gegenständlichen Richtlinien, gemäß der in Anlage 3 aufgeführten Kontingente je homogener Zone erteilt.
2. Die Verfügbarkeit der Erteilung von neuen Genehmigungen muss aufgrund von Veränderungen im Betriebsnetz ständig ajouriert werden, sodass bei Genehmigungen zur Neueröffnung die Verfügbarkeit verringert und bei Auflassung des Betriebes oder bei Verfall der Genehmigung die Verfügbarkeit erhöht wird.

Art. 8 - Widerruf der Genehmigung

1. Die Genehmigung wird in folgenden Fällen widerrufen:
 - a) wenn der Inhaber nicht innerhalb eines Jahres ab Zustellung der Annahme des Antrages mit seiner Tätigkeit beginnt, unbeschadet des Aufschubs bei nachgewiesener Notwendigkeit;
 - b) wenn der Inhaber die Tätigkeit für einen Zeitraum von mehr als sechs Monaten einstellt, unbeschadet des Aufschubs bei nachgewiesener Notwendigkeit;
 - c) wenn der Inhaber die Voraussetzungen laut Artikel 6 der gegenständlichen Richtlinien nicht mehr erfüllt;
 - d) bei wiederholtem Verstoß gegen die hygienisch-sanitären Vorschriften nach zeitweiliger Einstellung der Handelstätigkeit aufgrund besonders schwerwiegender Fälle oder aufgrund von Rückfälligkeit.
2. Bei widerrechtlicher Ausübung der Tätigkeit ordnet der Bürgermeister die unverzügliche Schließung des gesamten Handelsbetriebes an. Außerdem kann er die Beschlagnahme der gesamten oder eines Teiles der Waren verfügen.

Art. 9 – Geschäftsführer

1. Der Betriebsinhaber der Tätigkeit, kann einen Leiter für die Führung des Zeitungsbetriebs ernennen. Diese Ernennung muss mit einer Erklärung anstelle eines Notariatsaktes oder einer von den Parteien unterzeichneten eigenverantwortlichen Erklärung bestätigt werden. Der Betriebsleiter muss in Besitz der Voraussetzungen gemäß Artikel 5 sein und ist für die in den Verkaufsräumen abgewickelte Tätigkeit verantwortlich.
2. Im Zeitungsgeschäft ist die Übergabe zur Führung einer Abteilung an jene möglich, die in Besitz der Voraussetzungen laut Artikel 5 sind.

Art. 10 – Öffnungszeiten

di nuove autorizzazioni

1. Le autorizzazioni all'apertura per punti vendita di giornali sono rilasciate, nel rispetto di ogni altra disposizione delle presenti Norme, secondo i contingenti riportati nel seguente Allegato 3, per singola zona omogenea.
2. La disponibilità di rilascio di nuove autorizzazioni deve essere oggetto di continuo aggiornamento a seguito delle variazioni che intervengono nella rete degli esercizi, diminuendo la disponibilità nei casi di autorizzazione a nuova apertura e aumentando la disponibilità in caso di cessazione dell'attività o decadenza della autorizzazione.

Art. 8 - Revoca dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione è revocata se il titolare:
 - a) non inizia l'attività entro un anno dalla data di notifica dell'accoglimento dell'istanza, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - b) sospende l'attività per un periodo superiore a sei mesi, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 6 delle presenti Norme;
 - d) in caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta per casi di particolare gravità o recidiva.
2. In caso di svolgimento abusivo dell'attività il Sindaco ordina l'immediata chiusura dell'esercizio di vendita e può disporre la totale o parziale confisca della merce.

Art. 9 – Preposto

1. Il titolare dell'attività può nominare un proprio preposto alla gestione dell'esercizio di vendita di giornali. Tale nomina deve essere attestata con atto sostitutivo di notorietà oppure con autocertificazione sottoscritta dalle parti. Il preposto deve possedere i requisiti di cui all'articolo 5 ed è responsabile dell'attività svolta nei locali di vendita.
2. Nell'esercizio di vendita di giornali è ammesso l'affidamento in gestione di reparto a chi possiede i requisiti di cui all'articolo 5.

Art. 10 – Orari

1. Die Verkaufsstellen von Zeitungen unterliegen nicht der Regelung der Geschäftszeiten laut Handelsordnung. Die Öffnungszeiten werden von den einzelnen Unternehmern bestimmt. Der Kaufmann hat der Kundschaft die Öffnungs- und Schließungszeiten seines Geschäftes durch ein Schild oder andere geeignete Mittel bekannt zu geben.
1. I punti vendita di giornali non sono soggetti alla disciplina degli orari dei negozi di cui all'ordinamento del commercio. Gli orari di apertura sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti. L'esercente é tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri mezzi di informazione.

Art. 11 – Übernahme

1. Die Übernahme der Führung oder des Eigentums eines Einzelhandelsbetriebes von Zeitungen durch Rechtsgeschäft unter Lebenden oder von Todes wegen, die Anvertrauung einer Abteilung, sowie die Auflassung eines Betriebes müssen der Behörde mitgeteilt werden, welche die Erlaubnis ausgestellt hat. Wer die Führung oder das Eigentum eines Einzelhandelbetriebes von Zeitungen übernimmt, muss die vom Artikel 5 vorgesehenen Voraussetzungen besitzen und diese gleichzeitig mit der Mitteilung nachweisen.
2. Handelt es sich um eine Verkaufsstelle laut Artikel 2, Buchstaben a), b) und c), muss die Übernahme der Führung oder des Eigentums sowohl den Zeitungsverkauf als auch die damit verbundene Verkaufstätigkeit betreffen.

Art. 12 – Sanktionen

1. Wer gegen die Bestimmungen im Bereich des Verkaufes von Zeitungen verstößt, unterliegt einer Verwaltungsstrafe laut Artikel 34 des D.LH. Nr. 39/2000.

Art. 13 - Tätigkeiten die keiner Genehmigung unterliegen

1. Es bedarf keiner Genehmigung:
 - a) für Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von Fachartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für den Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften;
 - b) für den Verkauf entsprechender Fachveröffentlichungen an Sitzen von Parteien, Körperschaften, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerkschaften oder Vereinigungen;
 - c) für den Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen Zeitungen, die der einschlägigen Werbung dienen;
 - d) für den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften im Sitz der jeweiligen Verlagsanstalt sowie in deren Außenredaktionen;
 - e) für den Verkauf von Fachveröffentlichungen, die normalerweise nicht im Zeitungs- und

Art. 11 – Subingresso

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà di un esercizio di vendita di giornali per atto tra vivi o per causa di morte, l'affidamento in gestione di reparto, nonché la cessazione dell'attività sono soggette alla sola comunicazione all'autorità che ha rilasciato l'autorizzazione. Chi assume la gestione o la proprietà di un esercizio di vendita di giornali deve soddisfare i requisiti previsti dall'articolo 5 e documentarne il possesso nella comunicazione.
2. Nel caso di punto vendita elencati all'art. 2 comma 2 lettere a) b) e c), il trasferimento della gestione o della proprietà, deve riguardare sia la vendita di giornali che quella a cui la stessa è abbinata.

Art. 12 – Sanzioni

1. Chiunque viola le disposizioni in materia di vendita di giornali è punito con le sanzioni di cui all'articolo 34 del D.P.G.P. n.39/2000.

Art. 13 - Attività non soggette ad autorizzazione

1. Non è necessaria l'autorizzazione:
 - a) per gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste periodiche di identica specializzazione;
 - b) per la vendita nelle sedi dei partiti, in enti, chiese, Comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
 - c) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa, ricorrendo all'opera di volontari e volontarie;
 - d) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
 - e) per la vendita di pubblicazioni specializzate normalmente non distribuite nelle edicole;

Zeitschriftenhandel erhältlich sind;

- f) für die Lieferung frei Haus und den Straßenhandel seitens der Verleger, Verteiler sowie Zeitungen und Zeitschriftenhändler;
- g) für den Verkauf in Beherbergungsbetrieben und auf Campingplätzen, falls dieser ein Teil des Kundendienstes ist;
- h) für den Verkauf in Museen, öffentlichen oder privaten Strukturen, zu denen nur bestimmte Personen Zugang haben, sofern der Verkauf ausschließlich an diese Personen gerichtet ist;
- i) für den Verkauf an Tankstellen und in Raststätten;
- j) für den Verkauf in Gaststätten, die sich in Weilern und Ortschaften ohne Verkaufspunkte für Zeitungen befinden.

Art. 14 – Gültigkeit

1. Die gegenständliche Maßnahme hat eine Gültigkeit von fünf Jahren ab dem Datum der Veröffentlichung im Amtsblatt der Region und kann um höchstens zwei Jahre verlängert werden.

- f) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- g) per la vendita negli esercizi ricettivi e nei campeggi quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- h) per la vendita effettuata all'interno di musei, di strutture pubbliche o private con accesso riservato a determinate persone, purché essa sia rivolta unicamente a dette persone;
- i) per la vendita nei distributori di carburante e nelle aree di servizio;
- j) per la vendita nelle trattorie ubicate in nuclei abitati e nuclei di case sparse, nei quali non sono presenti punti vendita di giornali."

Art. 14 – Validità

1. Il presente provvedimento ha durata quinquennale a decorrere dalla data di pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione. Può essere prorogato per un massimo di anni due.

Anlage 1: Gliederung des Gemeindegebietes in Zonen **Allegato 1: suddivisione del territorio comunale in zone**

A) Planimetrie/Planimetria:

B) Auflistung / Elencazione:

-
- | | |
|---|--|
| 1 | Kaltern (Altstadt + Mitterdorf + St.Nikolaus + Pfuss + St.Anton + Altenburg)
Caldaro (Centro storico+Villa di Mezzo + S.Nicolò + Pozzo + S.Antonio + Castelvecchio) |
| 2 | Unterplanitzing und Oberplanitzing / Pianizza di Sotto e Pianizza di Sopra |
| 3 | St. Josef am See / S.Giuseppe al lago |
| 4 | Mendelpass / Passo Mendola |
| 5 | Kalterer Moos / Palude di Caldaro |
-

Anlage 2: Verzeichnis der bestehenden Verkaufsstellen Allegato 2: elenco attuali punti vendita

	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	ZONA	ATTIVITA' PREVALENTE
1	ATZ MARIA HAFNER	via Andreas Hofer 18/a	1	generi di monopolio
2	WORNDLE KG GMBH	via Europa 12	1	bar
3	SOLVA ANNA OBRIST	via dell'Oro 1	1	generi di monopolio
4	ROMEN ANNA	via dell'Oro 6	1	alimentari e non alimentari
5	PICHLER MARGARETH TOLL	via Krumbach 16	1	alimentari e non alimentari
6	SINN ROSA ROHREGGER	Pianizza di Sopra	2	alimentari e non alimentari
7	WORNDLE CHRISTOPH	S.Giuseppe al Lago 32	3	alimentari e non alimentari
8	MARAN KLAUS	S.Giuseppe al Lago 18	3	alimentari e non alimentari

	BEZEICHNUNG	ADRESSE	ZONE	VORWIEGENDE TÄTIGKEIT
1	ATZ MARIA HAFNER	Andreas Hoferstr. 18/a	1	Monopolwaren
2	WORNDLE KG GMBH	Europastr. 12	1	Bar
3	SOLVA ANNA OBRIST	Goldgasse. 1	1	Monopolwaren
4	ROMEN ANNA	Goldgasse. 6	1	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
5	PICHLER MARGARETH TOLL	Krumbachstr. 16	1	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
6	SINN ROSA ROHREGGER	Oberplanitzing	2	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
7	WORNDLE CHRISTOPH	St.Josef am See 32	3	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
8	MARAN KLAUS	St.Josef am See 18	3	Lebensmittel und Nichtlebensmittel

Anlage 3: neue genehmigte Verkaufsstellen Allegato 3: nuove rivendite autorizzabili

Zone Zona	B.Z. _n P.Z. _n	Z.P. P.O.	R.O.(P.Z. _n /P.O.) R.O.(P.Z. _n /P.O.)	B.V. R.E.	Z.V. (O.V. - B.V.) R.A. (R.O. - R.E.)
					VERKAUFSSTELLEN PUNTI VENDITA
1	6.318	684	9,24	5	4
2	735	684	1,07	1	0
3	318	684	0,46	2	1**
4	0	684	0	0	1*
5	76	684	0,11	0	1**
SUMME/TOTALE	7.447	-	10,89	8	7

* **saisonal/stagionale**

** **auf eine soziogeobietsmäßige Bewertung / in base a valutazione di tipo socio – territoriale**

Legende / Legenda:

B.Z._n/ P.Z._n = Bevölkerung der Zone _n zum 30.06.2007 / popolazione della zona _n al 30.06.2007

Z.P./P.O. = zum Ziel gesetzter Parameter (684 „Einwohner je Verkaufsstelle“) / parametro obiettivo (684 “abitanti per rivendita”)

O.V./R.O. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung (O.V. = B.Z._n/Z.P.) / rivendite ottimali/obiettivo (R.O.= P.Z._n/P.O)

B.V./R.E. = Bestehende Verkaufsstellen / rivendite esistenti

Z.V./R.A. = Zulässige Verkaufsstellen (O.V. - B.V.) / rivendite autorizzabili (R.O. - R.E.)