



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
WIEN

DIPLOMARBEIT

Touristische Potenzialbewertung einer peripheren, strukturschwachen
und ländlichen Region

Untersuchung anhand der Region Imotska krajina, im Hinterland der kroatischen
Küste, mittels einer vereinfachten Situationsanalyse

**ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades
eines Diplom-Ingenieurs**

unter der Leitung von

Ao. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr. techn Wolfgang Feilmayr

E280/2

Fachbereich Stadt- und Regionalforschung

eingereicht an der Technischen Universität Wien

Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Filip Tulumovic

Mat. Nr.: 0827808

Wien, am 15.06.2018

eigenhändige Unterschrift

Kurzfassung

Genau wie in anderen europäischen Ländern, gingen periphere, strukturschwache und ländliche Gebiete Kroatiens als Verlierer des sich vollziehenden Strukturwandels hervor. Die Resultate sind Bevölkerungs- und Kaufkraftverlust. Um diesem Phänomen entgegenzuwirken, haben sich einige dieser Regionen dem Tourismus verschrieben, da er von vielen Akteuren als „Heilsbringer“ angesehen wird. Diese Annahme ist in der Forschung aber nicht unumstritten. Auf jeden Fall kann die Behauptung aufgestellt werden, dass der Tourismus in ländlichen Gebieten positive Prozesse einleiten bzw. unterstützen kann. Besonders in Kombination mit der Landwirtschaft stellt er als zweites Standbein eine Möglichkeit zum Zusatzverdienst dar und sorgt zum Teil für den Lebensunterhalt.

Der Tourismussektor im Untersuchungsgebiet Imotska krajina, im Hinterland der kroatischen Küste, hat in den letzten Jahren einen regelrechten „Boom“ erlebt. Um ein unkontrolliertes Wachstum zu verhindern, steht die örtliche Raumplanung in der Pflicht. Die derzeitige Situation muss einer Analyse unterzogen werden, so dass die zukünftige Entwicklung auf der Basis wissenschaftlicher Ergebnisse geplant werden kann. In diesem Prozess muss die Nachhaltigkeit im Tourismus eine wichtige Rolle einnehmen. Eine solche Analyse ist Kern dieser Arbeit.

Abstract

As in other European countries, peripheral, structurally weak and rural areas of Croatia have emerged as losers in the process of structural change. The results are a loss of population and purchasing power. To counteract this phenomenon, some of these regions have dedicated themselves to tourism because many players consider it an all-purpose answer. This assumption is not uncontroversial in research. Eitherway one thing is for sure, tourism in rural areas can initiate or support positive processes. Especially in combination with agriculture, as a second mainstay, rural tourism represents a possibility for additional earnings and so it can make up a part of the livelihood.

The tourism sector in the region Imotska krajina, the hinterland of the Croatian coast, has experienced a "boom" in recent years. Because of that the local public authorities have the duty to prevent uncontrolled growth. The current situation needs to be analyzed so that future development can be planned on the basis of scientific results. Sustainability in tourism must play an important role in this process. Such an analysis is the core of this work.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen bedanken, die mir auf direktem oder indirektem Wege durch das ganze Studium geholfen haben, einigen davon gebührt besonderer Dank.

Allen voran bedanke ich mich herzlich bei meinem Betreuer, Ao. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr. techn Wolfgang Feilmayr, der mir bei der Findung und Konkretisierung des Themas eine große Hilfe war, der immer Zeit für mich gefunden hat und mir bei der Erarbeitung der Diplomarbeit hilfreich zur Seite gestanden ist.

Ein ganz herzlicher Dank geht an meinen guten Freund, Dipl.-Ing. Jonathan Merth, der mich auf meinem ganzen Weg durchs Studium begleitet und motiviert hat und auch während der gesamten Diplomarbeit unterstützt hat.

Ich möchte mich auch bei meinem guten Freund, Dipl.-Ing. Kaloyan Daskalov, für die motivierenden Worte, bei meiner Cousine, MA Ruzica Tulumovic, für die zusätzliche Literatur und bei BEd Romana Jaric und BEd Isabella Tulumovic, für das finale Korrekturlesen bedanken.

Natürlich haben auch meine Eltern einen Dank verdient, und ganz besonders meine Ehefrau, die im letzten Jahr viel Geduld und auch eine große Portion Verständnis für die unzähligen einsam verbrachten Stunden aufgebracht hat.

Zu guter Letzt bedanke ich mich bei meinem ungeborenen Sohn, der mir in den letzten Monaten eine zusätzliche Motivation war.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Themenstellung.....	1
1.2	Forschungsziele	2
1.3	Aufbau der Diplomarbeit.....	4
2	Theoretischer Rahmen	6
2.1	Annäherung an den ländlichen Raum	6
2.1.1	Abgrenzung zwischen Stadt und Land.....	6
2.1.2	Definition des ländlichen Raums	7
2.1.3	Strukturwandel im ländlichen Raum.....	8
2.2	Regionale Entwicklung	9
2.2.1	Definition des Begriffs „Region“	9
2.2.2	Veränderung der Europäischen Regionalpolitik.....	10
2.2.3	Europäische Regionalpolitik als Hauptinvestitionspolitik der EU.....	11
2.3	Annäherung an den Tourismus im ländlichen Raum	12
2.3.1	Wesenszüge des Tourismus	12
2.3.2	Definition des Tourismus im ländlichen Raum.....	13
2.3.3	Nachhaltigkeit im Tourismus.....	14
3	Tourismus im ländlichen Raum	16
3.1	Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft.....	16
3.2	Touristische Trends	17
3.2.1	Branchentrends	18
3.2.2	Trends beim Konsumverhalten	18
3.3	Chancen.....	20
3.3.1	Technologie/Digitalisierung.....	20
3.3.2	Klimawandel	21
3.3.3	Nachhaltigkeit/gestiegenes Umweltbewusstsein	22
3.3.4	Authentizität.....	22
3.3.5	Analogisierung.....	23
3.3.6	Globalisierung und Sicherheit	23
3.3.7	Innovation	23
3.4	Herausforderungen	24
3.4.1	Demographie	24
3.4.2	Klimawandel	24

3.4.3	Energiewende	25
3.4.4	Mobilität	25
3.4.5	Gesetzliche Rahmenbedingungen/Budgeteinsparungen.....	26
3.5	Indikatoren	27
3.5.1	Organisation und Finanzierung	27
3.5.2	Kooperation	28
3.5.3	Zielgruppenmarketing	29
3.5.4	Zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung	29
3.5.5	Markenbildung und Regionale Produkte	30
3.5.6	Qualität und Innovation	30
3.6	Auswirkungen.....	31
3.6.1	Ökonomische Effekte	31
3.6.2	Ökologische Effekte	33
3.6.3	Sozio-kulturelle Effekte	34
3.7	Nationale und regionale Tourismuspolitik in Kroatien.....	35
3.7.1	Nationale Tourismuspolitik	35
3.7.2	Regionale Tourismuspolitik	36
3.7.3	Nationale, regionale und lokale Tourismusebene.....	36
4	Charakterisierung des Untersuchungsgebiets Imotska krajina	38
4.1	Klima und Vegetation	39
4.1.1	Klima	39
4.1.2	Vegetation	40
4.1.3	Gewässer	40
4.2	Siedlungsstrukturen	41
4.3	Demographie	42
4.3.1	Bevölkerungsentwicklung	43
4.3.2	Altersstruktur	44
4.3.3	Bildung.....	46
4.4	Wirtschaft/Ökonomische Lage	47
4.4.1	Erwerbstätigkeit nach Wirtschaftssektor	47
4.4.2	Arbeitslosenanteil.....	49
4.5	Verkehrstechnische Infrastruktur	49
4.5.1	Öffentlicher Verkehr.....	50
5	Darstellung des Tourismussektors im Untersuchungsgebiet mittels einer vereinfachten Situationsanalyse.....	51

5.1	Touristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet	52
5.1.1	Kennzahlen des Tourismussektors	53
5.1.2	Ankünfte	53
5.1.3	Übernachtungen.....	53
5.1.4	Aufenthaltsdauer.....	54
5.1.5	Auslastung	54
5.1.6	Saisonalität	55
5.1.7	Regionale Verteilung	55
5.1.8	Tourismusintensität im Untersuchungsgebiet	56
5.1.9	Zusammenfassung.....	57
5.2	Touristisches Angebot im Untersuchungsgebiet.....	57
5.2.1	Ist-Zustand des kroatischen Tourismussektors	59
5.2.2	Natürliche Faktoren.....	60
5.2.3	Allgemeine Faktoren	62
5.2.4	Allgemeine Infrastruktur	63
5.2.5	Touristische Suprastruktur	66
5.2.6	Touristische Infrastruktur.....	68
5.2.7	Touristische Attraktionen.....	71
5.2.8	Events	74
5.2.9	Zusammenfassung.....	75
5.3	Konkurrenzvergleich Cetinska krajina	76
5.3.1	Zusammenfassung der Nachfrageerhebung der Konkurrenzregion	77
5.3.2	Zusammenfassung des touristischen Angebots der Konkurrenzregion.....	78
5.4	Benchmark des Untersuchungsgebiets und der Konkurrenzregion.....	79
5.5	Touristische Trends	82
6	SWOT-Analyse	85
6.1	Interne Faktoren (Stärken/Schwächen) des Untersuchungsgebiets.....	85
6.1.1	Stärken.....	86
6.1.2	Schwächen.....	87
6.2	Externe Faktoren (Chancen/Risiken) des Untersuchungsgebiets	88
6.2.1	Chancen	89
6.2.2	Risiken	90
7	Abgeleitete Handlungsempfehlungen.....	92
7.1	Neugeformtes regionales Tourismusbüro als neuer Hauptakteur.....	92
7.2	Innovative Lösung bei Mobilitätskonzepten	93

7.3	Bedienung der steigenden Nachfrage mittels Schaffung gewerblicher Beherbergungsbetriebe.....	94
7.4	Fokus auf Authentizität und regionale Produkte	94
7.4.1	Verbesserung des gastronomischen Angebots	95
7.5	Onlinepräsenz und -marketing privater Akteure	95
8	Beantwortung der Forschungsfragen.....	97
8.1	Schlusswort	99
9	Literaturverzeichnis	100
10	Abbildungsverzeichnis	115
11	Diagrammverzeichnis	115
12	Tabellenverzeichnis	115
13	Anhang.....	116

1 Einleitung

1.1 Themenstellung

Die wirtschaftliche Entwicklung Europas ist in den letzten Jahrzehnten von einer Periode langanhaltenden Wirtschaftswachstums geprägt. Obwohl diese Entwicklung großen Teilen der Bevölkerung Wohlstand gebracht hat, konnten nicht alle Regionen gleichermaßen an diesem Wachstumstrend teilhaben. Seit den 1980er Jahren haben die regionalen Disparitäten zwischen Stadt und Land weiter zugenommen (vgl. Europäische Kommission 1999, zitiert nach Dax et al. 2008: 4). Gebieten, die sich nicht im Agglomerationsraum einer Stadt befinden, fällt es zunehmend schwerer der wirtschaftlichen Abwärtsspirale zu entkommen. „Destinationen des ländlichen Raumes sehen sich wachsenden Herausforderungen gegenüber, die aus veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Umfeldfaktoren resultieren“ (Rein/Schuler 2012: 5). Zu diesen Faktoren zählen unter anderem der demographische Wandel, Abwanderung und der Verlust von Arbeitsplätzen und Kaufkraft in den jeweiligen Regionen. Diese Umstände haben wiederum Auswirkungen auf die Steuereinnahmen, die Finanzierung öffentlicher Aufgaben und die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften (vgl. Rein/Schuler 2012: 5).

„Die ländlichen Gebiete sind jedoch nicht einheitlich, sondern unterscheiden sich beträchtlich hinsichtlich ihrer Entwicklungspfade und -perspektiven“ (Dax et al. 2008: 4). Demnach verzeichnen Gebiete im Umland von (Klein-)Städten seit geraumer Zeit Bevölkerungszuwächse. Dem gegenüber stehen strukturschwache Regionen, deren Einwohnerzahlen stetig abnehmen oder im besten Fall stagnieren.

Eines der wenigen Mittel, um dem Rückgang der Einwohnerzahlen im ländlichen Raum entgegenzuwirken bzw. zumindest ein Stückweit Einhalt zu gebieten, ist die Entwicklung des touristischen Angebots in der Region (vgl. Harrer/Zeiner 2012: 25). Dem Fremdenverkehr wird Folgendes nachgesagt: „Der ländliche Tourismus bringt zusätzlich Kaufkraft in den ländlichen Raum, die Wertschöpfung und Arbeitsplätze schafft und zur Sicherung der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum wesentlich beitragen kann“ (Lehmann/Patron 2012: 93). Jedoch haben Auweck und Raab (vgl. 2003: 20) andere Ansichten, da ihrer Meinung nach Tourismusprojekte oftmals nicht die in sie gesetzten Erwartungen erfüllen (vgl. Auweck/Raab 2003: 20).

Das Ziel dieser Arbeit ist nicht herauszufinden in welchem Ausmaß ländlicher Tourismus Wertschöpfung generiert. Trotzdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die wirtschaftlichen Möglichkeiten jungen Bewohnern Zukunftsperspektiven bieten und helfen Abwanderung zu reduzieren.

Zudem kommen indirekte Effekte zum Tragen. Das Interesse der Gäste an Brauchtum und Tradition kann bei der lokalen Bevölkerung zu einer höheren Wertschätzung des eigenen ländlich-kulturellen Erbes führen. Zusätzlich werden Bauern zu einer nachhaltigen Landnutzung motiviert, da eine strukturreiche, reizvolle Landschaft einen wichtigen Bestandteil in der ländlichen Tourismusbranche darstellt (vgl. Hoisl et al. 2000, zitiert nach Zeppenfeld 2012a: 76). Ein weiterer Effekt ist die Kommunikation und das Netzwerken zwischen den Akteuren untereinander. Ungeachtet dessen wie der Betrachtungswinkel im Endeffekt ist, die Auseinandersetzung mit dem Thema Fremdenverkehr kann sich positiv auf strukturschwache ländliche Regionen auswirken, dabei spielt aber die Finanzierung eine entscheidende Rolle. In den letzten Jahrzehnten wird die finanzielle Situation der Kommunen immer angespannter, auch bedingt durch die schwache Wirtschaftsleistung. Das eng bemessene Budget muss mit Bedacht eingesetzt werden, um den größtmöglichen Mehrwert zu generieren, daher ist es wichtig, die Potenziale einer Region zu kennen.

In der Regel haben periphere, strukturschwache Gebiete länger einen traditionellen Formschatz erhalten als ländliche Regionen im Umland von Städten. Aus diesem Grund haben die eben genannten Gebiete größeres Potenzial für den ländlichen Tourismus. Dieses Versäumnis der Modernisierung kann als Ansatzpunkt für die Tourismusedwicklung fungieren. Die Potenziale müssen erkannt und von regionalen Akteuren genutzt werden (vgl. Zeppenfeld 2012a: 71ff). Sollten bestimmte Gebiete Potenzial für ländlichen Tourismus aufweisen, doch die finanziellen Möglichkeiten für Investitionen auf lokaler Ebene nicht genügen, können Förderprogramme der EU sowohl private Akteure als auch Kommunen unterstützen.

Trotzdem ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass der Tourismus keineswegs für jeden bedrohten Raum als geeignetes Handlungsfeld anzusehen ist, wenn aber die Gesamtvoraussetzungen stimmen, können touristische Investitionen zumindest zur Entschärfung der Abwanderung und geringer werdenden Wertschöpfung beitragen (vgl. Harrer/Zeiner 2012: 25).

1.2 Forschungsziele

Im Rahmen dieser Diplomarbeit soll das Potenzial, für ländlichen Tourismus, einer strukturschwachen Region im Hinterland Kroatiens festgestellt werden. Es handelt sich hierbei um die Region Imotska krajina, welche sich hinter der Küstenstadt Makarska erstreckt. Der Tourismus an der Küste Kroatiens floriert und hat einen großen Anteil am Bruttoinlandsprodukt des Staats. Im Hinterland stellt sich die Situation gleichwohl negativer dar. Immer mehr junge Familien zieht es in die großen Städte und an die Küste, mit einer

besseren Aussicht auf einen Arbeitsplatz. Die Dörfer sind mit einer schwindenden und immer älter werdenden Bevölkerung konfrontiert. Um der Tatsache entgegenzusteuern, ist es wichtig, den Touristenstrom von der übersättigten Küste ins Landesinnere umzulenken. Deshalb ist ein erster Schritt herauszufinden, ob die Region überhaupt das Potenzial für ländlichen Tourismus besitzt. Im zweiten Schritt sollen geeignete Handlungsempfehlungen ausgearbeitet werden.

Aus diesen Überlegungen ergeben sich folgende Forschungsfragen:

- Ist der Urlaub am Land generell eine Alternative für den Pauschalurlaub (Urlaub am Strand)? Wie gestaltet sich die Situation in Kroatien?
- Hat die ausgewählte Region ausreichend Potenzial um ländlichen Tourismus zu ermöglichen?
- Wenn Potenziale bestehen, welche touristischen Leitthemen können damit bedient und welche Handlungsempfehlungen können daraus abgeleitet werden?

Die Arbeit soll also Aufschluss darüber geben, ob das touristische Angebot im Untersuchungsgebiet für den ländlichen Tourismus ausreichend ist. Dies soll mittels einer Situationsanalyse erarbeitet werden. In weiterer Folge wird als Instrument der Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen die SWOT-Analyse herangezogen. Wie der letzte Satz vermuten lässt wird die Arbeit in dieser Hinsicht einen empfehlenden Charakter besitzen.

Aufbauend auf die Forschungsfragen werden folgende Forschungsziele verfolgt:

- Das steigende Interesse der letzten Jahre am Tourismus in ländlichen Gebieten soll einerseits mittels Branchentrends und Trends im Konsumverhalten und andererseits mittels touristischer Kennzahlen aufgezeigt werden.
- Zur Erarbeitung des touristischen Potenzials der zu untersuchenden Region wird eine Situationsanalyse angewandt. Dabei wird das touristische Angebot des Untersuchungsgebiets selbst untersucht, eine Nachfrageerhebung und eine Wettbewerbsanalyse vorgenommen.
- Auf den grundlegenden Daten sollen, durch Zuhilfenahme einer SWOT-Analyse, Handlungsempfehlungen erarbeitet werden, welche das eigentliche Ergebnis der Arbeit darstellen.

1.3 Aufbau der Diplomarbeit

Die vorliegende Arbeit lässt sich in vier Teile gliedern. Das Einführungskapitel, der theoretische Rahmen, die Charakterisierung der Region und der empirische Teil, der durch die Situationsanalyse repräsentiert wird.

Das Einführungskapitel soll einen ersten Einblick in die Thematik bieten, die Forschungsfragen und -ziele und die Beschreibung des Aufbaus der Diplomarbeit runden das Kapitel ab.

Das zweite Kapitel soll die Leser an das Thema heranzuführen. Der theoretische Rahmen setzt sich zunächst mit der Abgrenzung der verwendeten Begriffe (Land, ländlicher Tourismus) auseinander, danach wird im dritten Kapitel ebenfalls durch eine Literaturrecherche der Tourismus in ländlichen Gebieten in all seinen Facetten durchleuchtet. Durch die Aufarbeitung der touristischen Trends, kann nach diesem Kapitel die erste Forschungsfrage zum Teil beantwortet werden: in welche Richtung sich die Urlaubstrends in den letzten Jahren entwickelt haben. Diese Behauptung wird dann im Kapitel 5.1, durch die Zuhilfenahme touristischer Kennzahlen noch weiter bearbeitet.

Kapitel vier bedient sich zusätzlich zur Literaturrecherche der statistischen Datenerhebung. wird das Untersuchungsgebiet charakterisiert, dabei werden demographische, wirtschaftliche und bauliche Strukturen, sowie das Klima und die Vegetation untersucht und dargestellt. Bevor in den nächsten Kapiteln die vereinfachte Situationsanalyse Anwendung findet.

Die vereinfachte Situationsanalyse die den empirischen Teil der Arbeit repräsentiert, wird in drei Kapitel unterteilt. Der erste Teil und somit das fünfte Kapitel stellt den Tourismussektor im Untersuchungsgebiet Imotska krajina dar. Dabei geben eine Nachfrageerhebung mit touristischen Kennzahlen und das touristische Angebot erste Einblicke in die derzeitige Situation vor Ort. Im nächsten Schritt folgt eine Konkurrenzanalyse, welche nach denselben Parametern wie das Untersuchungsgebiet selbst durchgeführt wird, jedoch nur so weit wie es der Vergleich der zwei Regionen benötigt. Der Benchmark soll die größten Unterschiede beider Regionen verdeutlichen und somit Einblicke in vorhandene Defizite aufzeigen bzw. positive Punkte hervorheben. Als letzten Punkt werden die touristischen Trends (Branchentrends und Trends im Konsumverhalten) aus dem dritten Kapitel zusammengefasst.

Um die bis dahin erzielten Ergebnisse zu veranschaulichen und eine Grundlage für die Weiterverarbeitung zu gewährleisten, wird, im sechsten Kapitel, als Instrument die SWOT-Analyse angewandt. Sie ermöglicht eine Auseinandersetzung mit internen und externen

Faktoren. Durch die Verdichtung und Kategorisierung der Daten, mittels zweiter Tabellen (Stärken/Schwächen, Chancen/Risiken), werden einzelne Punkte hervorgehoben, die sich explizit auf das Untersuchungsgebiet beziehen.

Im Schlusskapitel, welches das Ergebnis der SWOT-Analyse darstellt, werden auf Grund der bis dahin erzielten Ergebnisse exemplarisch einige Empfehlungen ausgearbeitet. Sowohl Stärken und Chancen, welche ausgebaut und genutzt gehören, als auch Schwächen und Risiken, die es zu beseitigen gilt, können als Ansatzpunkte für Handlungsempfehlungen dienen.

2 Theoretischer Rahmen

Dieses Kapitel behandelt die Annäherung an den ländlichen Tourismus. Die in der Arbeit verwendeten Begriffe (ländlicher Raum, Region, Regionalentwicklung, ländlicher Tourismus etc.) werden zunächst erklärt und genau abgegrenzt. Die Begriffe werden in Unterkapitel gegliedert und nacheinander behandelt. Angefangen mit der Annäherung an den ländlichen Raum, wird anschließend der Tourismus in ländlichen Regionen definiert. Da diese Arbeit den Fokus auf den strukturschwachen ländlichen Raum legt, wird der Strukturwandel ländlicher Räume explizit angeführt.

2.1 Annäherung an den ländlichen Raum

Wie wichtig die Abgrenzung von Stadt und Land für die Forschung ist zeigt das folgende Zitat. „Formal kann ‚ländlicher Urlaubstourismus‘ zunächst sehr einfach als Urlaubstourismus außerhalb von Städten beschrieben werden. Der ländliche Urlaubstourismus umfasst danach also alle touristischen Aktivitäten in ländlicher Umgebung“ (Grimm et al. 2012: 28). Jedoch ist auf Grund von verschiedenen Klassifizierungen (von verschiedenen Institutionen jeweils anders definiert) von städtischen und ländlichen Gebieten eine Abgrenzung des ländlichen Raumes schwierig (vgl. Rein/Schuler 2012: 4).

2.1.1 Abgrenzung zwischen Stadt und Land

Nach dem Statistischen Amt der Europäischen Union ist neben einer Mindestgröße von Städten (mindestens 5000 Einwohner) das Hauptkriterium der Abgrenzung die Einwohnerdichte (min. 300 Einwohner/km²) (vgl. EUROSTAT 2013: online). Werden diese zwei Kriterien nicht erfüllt, ist die Rasterzelle als ländlich anzusehen. Nach der Festlegung welche Rasterzellen in welche Kategorien einzustufen sind, werden anschließend die jeweiligen NUTS-3-Regionen einer der drei Gruppen zugeordnet (vgl. EUROSTAT 2013: online):

- überwiegend städtisch: ländliche Bevölkerung unter 20% der Gesamtbevölkerung.
- intermediär: ländliche Bevölkerung zwischen 20% und 50% der Gesamtbevölkerung.
- überwiegend ländlich: ländliche Bevölkerung über 50% der Gesamtbevölkerung.

Die Definitionsmöglichkeit über die statistische Abgrenzung von Stadt und Land ist für die Forschung von großer Bedeutung, da die Vergleichbarkeit eine Grundlage für vergleichende Studien darstellt.

2.1.2 Definition des ländlichen Raums

Vor allem die Orte mit weniger als 5.000 Einwohnern, sind diejenigen, die mit ihren Ortsbildern und der umgebenden Kulturlandschaft den Charakter des ländlichen Raums formen (vgl. Rein/Schuler 2012: 9). Neben der im vorherigen Kapitel erwähnten statistischen Definition von ländlichen Räumen, beinhaltet die Definition von Henkel zusätzlich zwischenmenschliche Beziehungen. Er sieht den ländlichen Raum als *„...naturnaher, von der Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bevölkerungs- und Bebauungsdichte sowie niedriger Wirtschaftskraft und Zentralität, aber höherer Dichte der zwischenmenschlichen Bindungen“* (Henkel 2004: 33).

Ein weiteres Merkmal ist die Lage eines Gebiets, das heißt die Unterscheidung zwischen zentral und peripher gelegenen Räumen, klassifiziert nach potenziell erreichbarer Tagesbevölkerung. Sie bildet die Grundlage für die Lagetypisierung, es geht also um die „Nähe zu Konzentrationen von Bevölkerung und Arbeitsplätzen, die sich auch durch ein gebündeltes Angebot an Beschäftigungsmöglichkeiten und Versorgungseinrichtungen auszeichnen“ (BBSR 2010: 3). Ländlich bedeutet damit nicht gleich peripher.

Die verschiedenen Ansätze heben hervor, wie sehr sich ländliche Räume regional voneinander unterscheiden. Die ländliche Kategorie beinhaltet sowohl Gebiete die im Umfeld von Städten liegen und dadurch gut an die Infrastruktur angebunden sind und wirtschaftlich von dieser Lage profitieren, als auch schwach besiedelte Gemeinden abseits von Zentren. Somit ist die Assoziierung: viel Natur, landwirtschaftliche Nutzung und kleine Dörfer, nicht immer richtig. Vielmehr ist zu sehen, wie sich die Unterschiede ländlicher Räume im Agglomerationsraum und städtischer Räume abgeschwächt haben. Zusätzlich ist zu beobachten, dass die Unterschiede zwischen den verschiedenen ländlichen Räumen ansteigen und teilweise stärker ausgeprägt sind als die Unterschiede zwischen Stadt und Land (vgl. BBR 2005: 203). Auf Grundlage dieser Aussagen wird die folgende Unterteilung ländlicher Räume als sinnvoll angesehen (vgl. Mose 2005: 575ff):

- a) ländliche Räume in der Nähe von Agglomerationsräumen und großräumigen Verkehrsachsen: Diese Räume werden hauptsächlich als Wohnstandorte genutzt. Sie zeichnen sich durch eine positive Siedlungsentwicklung aus und haben darüber hinaus einen vergleichsweise hohen Beschäftigungsanteil. Die Entwicklungschancen dieser Räume werden aufgrund ihrer engen Verflechtungen zu den Ballungsräumen als sehr gut eingeschätzt.
- b) ländliche Räume mit günstigen Standortbedingungen: Jeder dieser Räume hat Potenziale, die für eine positive Entwicklung genutzt werden können. Der Nachteil

sind die meist einseitigen Potenziale, die nur einen Wirtschaftszweig bedienen können, sei es den Tourismus, die Industrie oder die Landwirtschaft.

- c) strukturschwache periphere ländliche Räume: Mit der schlechtesten Ausgangslage ausgestattet, sind diese Räume mit den meisten Herausforderungen konfrontiert. Prägend für diese Gebiete sind abnehmende Bevölkerungszahlen, ein Infrastrukturmangel und wirtschaftliche Strukturschwäche. Die meisten von ihnen sind auf Förderungen angewiesen und würden ohne EU-Fonds mit ihren finanziellen Mitteln nicht auskommen.

2.1.3 Strukturwandel im ländlichen Raum

Wie im letzten Kapitel schon angedeutet, haben die ländlichen Räume in den letzten Jahrzehnten einen Strukturwandel vollzogen. Gründe dafür waren die Industrialisierung, Globalisierung, Wettkampf und der Lebensstil der Einwohner. Da die ländlichen Räume nicht mehr so homogen sind wie vor einigen Jahrzehnten, machen sich die unterschiedlichen Auswirkungen des Strukturwandels dementsprechend bemerkbar. Während sich für einige Räume der Wandel positiv ausgewirkt hat, indem sich der Zugang zu Entwicklungschancen verbessert hat, müssen andere Regionen kämpfen den Anschluss nicht zu verlieren. Mose fasst dieses Phänomen wie folgt zusammen: Dieses Entwicklungsmuster ist auf zwei Maßstabsebenen ausgeprägt. Es bestimmt einerseits die Herausbildung großräumiger Disparitäten, andererseits hat es aber auch die Herausbildung intraregionaler, häufig extrem kleinräumiger Disparitäten zur Folge. Letztere sind heute allgemein vorherrschend und begründen die große Heterogenität ländlicher Räume (vgl. Mose 2005: 574). Es stellt sich die Frage, welche Faktoren nun den Strukturwandel bestimmen? (vgl. Mose 2005: 574ff, vgl. Zeppenfeld 2012a: 66ff):

- a) „Industrialisierung der Landwirtschaft“: Die wichtigsten Faktoren sind der technologische Fortschritt, welcher zur Effizienzsteigerung führt, und die europäische Agrarpolitik. Kurz gesagt existieren stetig weniger Betriebe, welche aber immer mehr Fläche bewirtschaften.
- b) „Entwicklung nicht-landwirtschaftlicher Erwerbsalternativen“: Die Ansiedelung von Unternehmen, die zum sekundären Sektor zählen (Handwerk und Betriebe, welche die vor Ort erzeugten Rohstoffe weiter verarbeiten) hat zugenommen.
- c) „Bevölkerungsumschichtungen“: Bevölkerungszuwächse in Agglomerationsräumen auf Grund von attraktiver Landschaft, günstigen Grundstückspreisen und verbesserter Infrastruktur. Aber auch Bevölkerungsverlust in strukturschwachen peripheren Regionen, durch alternde Bevölkerung, Wegzug von jungen Erwerbstätigen und den damit einhergehenden negativen Geburtenraten.

- d) „Infrastrukturausstattung“: Im Gegensatz zu ballungsfernen und wirtschaftlich schwachen Gebieten ist ein Infrastrukturausbau bei suburbanen Umlandgemeinden und ballungsfernen zentralen Orten zu beobachten. In strukturschwachen peripheren ländlichen Räumen kann die öffentliche Basisinfrastruktur auf Grund knapper Budgets, in dem Ausmaß in dem sie gebraucht wird, nicht bereitgestellt werden.
- e) „Freizeit- und Erholungsfunktion“: In diesem Punkt sind die strukturschwachen, peripheren Gebiete im Vorteil. Das Versäumnis der Modernisierung kann als Ansatz für ländlichen Tourismus dienen, da ländliche Gebiete ihren ursprünglichen Charakter besser erhalten konnten. Generell kann der Fremdenverkehr als ökonomisches Gegenmodell zur Landwirtschaft gesehen werden, jedoch stellt die Abhängigkeit von nur einem Standbein eine Gefahr dar.

2.2 Regionale Entwicklung

Wie in den vorherigen Kapiteln, wird zunächst versucht den Begriff „Region“ zu definieren, danach wird die zeitliche Veränderung der europäischen Entwicklungsziele aufgezeigt. Als letzter Punkt wird die derzeitige europäische Regionalpolitik untersucht.

2.2.1 Definition des Begriffs „Region“

Der Begriff „Region“ wurde ursprünglich in der Geographie benutzt, ohne auf eine einheitliche Definition zurückzugreifen. Sie ist *„im weitesten Sinne eine geographisch-räumliche Einheit mittlerer Größe, ...“* (Leser et al. 1993: 134). Bereits eine kleine Zahl von Kommunen kann als Region bezeichnet werden, genauso wie ein ganzes Bundesland. Die Frage nach der optimalen Größe richtet sich nach den Zielen, die umgesetzt werden sollen. Kleinere Regionen haben den Vorteil handlungsfähiger zu sein, da weniger Akteure Mitspracherechte haben. Der Nachteil im Vergleich zu größeren Regionen liegt in der globalen Wettbewerbsfähigkeit (vgl. Lindstädt 2006: 6). Diese räumliche Einheit kann ein Teilbereich eines Landes, oder unter Umständen auch grenzüberschreitende Gebiete zusammenfassen (vgl. Blotevogel 2000: 491ff).

Sowohl Scherer (2006) als auch Blotevogel (2000) zeigen in ihren Abgrenzungen der Regionsbegriffe die Vielschichtigkeit des Begriffs auf. Beide Autoren teilen die Region in drei Kategorien ein (Scherer 2006: 29ff; Blotevogel 2000: 499):

- a) Akteurs orientierte Abgrenzung: Hier wird zwischen zwei Formen unterschieden. Zum einen der formelle Raum, welcher verbindliche politische und/oder administrative Grenzen, darstellt. Zum anderen der informelle Raum, welcher über Administrative Grenzen hinausgehen kann, wie bei Kooperationen.

- b) Lebensräumliche Abgrenzung: Die Wahrnehmungsregion kann als externe Perspektive gesehen werden, welche fast nie wertfrei ist. Wo hingegen die Identitätsregion ein Bestandteil der eigenen Ich-Identität ist und den Raum durch eine Selbstdefinition, für sich selbst, abgrenzt.
- c) Analyseorientierte Abgrenzung: Diese Abgrenzung wird in der Wissenschaft am häufigsten benutzt und dient zur Ordnung der Realität, dabei werden zwei Arten unterschieden. Der Ansatz homogener Regionen folgt dem Ähnlichkeitsprinzip und fasst räumliche Grundeinheiten (Gemeinden, Bezirke,...) aufgrund eines oder mehrerer Merkmale zu möglichst homogenen Regionen zusammen (Stadt, Land). Der Ansatz funktioneller Regionen basiert auf der Abgrenzung über die funktionalen Verflechtungen (kulturelle, wirtschaftliche, ökologische, etc.). Die Außengrenzen können über einen definierten Schwellwert bestimmt werden. Ein Beispiel dafür wäre die Pendlerbeziehung zwischen den räumlichen Grundeinheiten.

2.2.2 Veränderung der Europäischen Regionalpolitik

„Die Regionalpolitik ist eine strategische Investitionspolitik für sämtliche Regionen und Städte in der EU, mit der das Wirtschaftswachstum gestärkt und die Lebensqualität der Menschen verbessert werden soll. Sie ist Ausdruck gelebter Solidarität, denn ihr Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung weniger entwickelter Regionen“ (EU-Kommission 2014:1).

Die Regionalentwicklung hat sich in Europa in den letzten Jahrzehnten sowohl in der institutionellen Verankerung, wie auch in der Umsetzung stark verändert. Nach dem Zweiten Weltkrieg beschäftigte sich Europa mit der Belebung des Wirtschaftswachstums und dem Wiederaufbau, wobei Städte und deren Umland der ländlichen Peripherie vorgezogen wurden (vgl. Heintel 2005: 33). Bis Mitte der 1970er Jahre war die Regionalentwicklung durch Förderung der Industrie, im Sinne von Betriebsansiedelungen in den entwicklungsschwachen ländliche-peripheren Gebieten, gekennzeichnet. Ende der 1970er Jahre etablierte sich in Europa ein Ansatz der endogenen Regionalentwicklung. Die Potenziale der Regionen wurden in den Vordergrund gestellt und als Basis für zukünftige Ansätze genutzt. Altenburg schrieb dazu, dass in jeder Region Potenziale ruhen, die ermittelt und genutzt werden müssen (vgl. Thoss 1984: 21f, vgl. Altenburg 1992: 1).

In den 1990er Jahren kam es durch die Bildung der Europäischen Union zu einer großen Veränderung der regionalen Entwicklungspolitik. Demnach distanziert sich die Europäische Regionalpolitik vom Ziel der Regionalentwicklung der 1980er Jahre, dem „... Ausgleich regionaler Disparitäten zwischen Zentren und Peripherien...“ (Heintel 1999: 257ff), hin zur allgemeinen Verbesserung des Lebensstandards der EU-Bürger. Dabei liegt der Fokus der Regionalpolitik im Wirtschaftswachstum, eine ausgeglichene Wettbewerbsfähigkeit des

gesamten europäischen Raums, was die Schaffung von Arbeitsplätzen mit sich zieht. Außerdem soll besonders auf die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen und des kulturellen Erbes geachtet werden (vgl. Hörtler/Schubert 2002: 8). Der Förderschwerpunkt liegt gegenwärtig auf Netzwerken und Partnerschaften, die eine strategisch überregionale und interdisziplinäre Kooperation forcieren. Durch gemeinsame Projekte soll sich der gegenseitige Lerneffekt erhöhen und neue Entwicklungen daraus hervorgehen (vgl. Heintel 2004: 191ff).

2.2.3 Europäische Regionalpolitik als Hauptinvestitionspolitik der EU

„Gut ein Drittel des Gesamthaushalts der EU macht die Regionalpolitik aus, sie ist das Hauptinstrument der EU für Entwicklung und Wachstum in den Städten und Regionen der Union“ (EU-Kommission 2014: 15). Die Europäische Regionalpolitik (Kohäsionspolitik) verfügt über drei Hauptfonds: den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), den Kohäsionsfonds und den Europäischen Sozialfonds (ESF).

Gemeinsam mit dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und dem Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF) bilden sie die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI-Fonds), siehe Abbildung 1

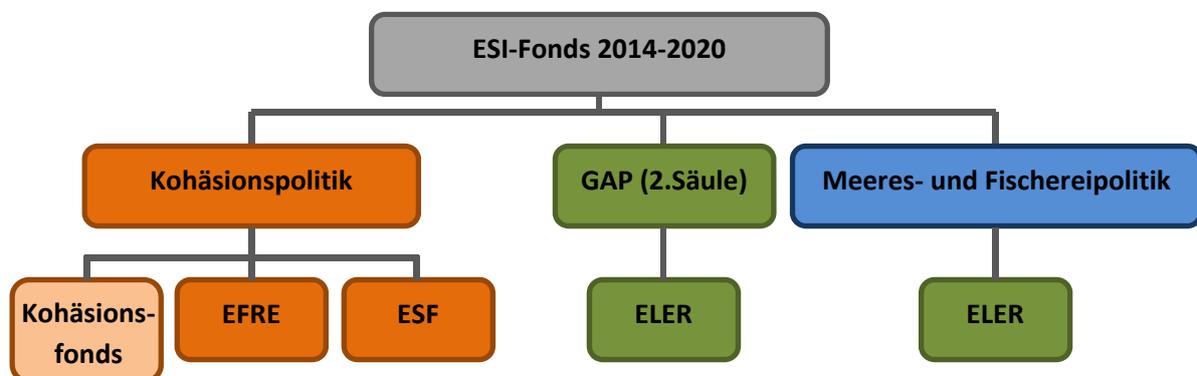


Abbildung 1: Zusammensetzung der ESI-Fonds; Quelle: IWB/EFRE 2017: online; eigene Darstellung

Europaweit stehen 352 Mrd. Euro an Förderungen zur Verfügung, dabei erhalten die weniger entwickelten Regionen (BIP/Kopf < 75 % des Durchschnitts in der EU-27) mehr als die Hälfte dieser Summe. „Durch die EU-Fördermittel werden aber noch weitere Investitionen mobilisiert, da Mitgliedsländer verpflichtet sind, Projekte über ihren nationalen Haushalt kofinanzieren“ (IWB/EFRE 2017: online). Unter Berücksichtigung aller Beiträge dürfte der finanzielle Gesamtumfang der Europäischen Regionalpolitik für den Zeitraum 2014-2020 ca. 500 Mrd. Euro ausmachen (vgl. IWB/EFRE 2017: online).

„Über die Jahre sind in allen EU-Ländern bereits zahllose Projekte kofinanziert worden, von denen Bürger und Unternehmen gleichermaßen profitiert haben“ (EU-Kommission 2014: 15). Durch neue Fördervoraussetzungen und eine sorgfältige Überwachung nach dem Erhalt von EU-Fördermitteln sowie die Fokussierung auf eine begrenzte Anzahl strategischer Investitionsprioritäten soll gewährleistet werden, dass das Geld dahin gelangt, wo es am meisten benötigt wird“ (ebd.).

2.3 Annäherung an den Tourismus im ländlichen Raum

Der „ländliche Tourismus“ hat keine eindeutige Definition, deshalb werden oft „nachhaltiger Tourismus“, „Öko-Tourismus“ oder „sanfter Tourismus“ als Synonyme verwendet, jedoch unterscheiden sich die Definitionen dieser Begriffe. Da es viele Ansätze und Sichtweisen gibt diese Tourismusformen zu beschreiben, und um Missverständnisse hinsichtlich der Bedeutung zu vermeiden, wird für diese Arbeit der Begriff „Tourismus im ländlichen Raum“, im Kapitel 2.3.2 näher erläutert und abgegrenzt. Bevor auf diese spezifische Tourismusform eingegangen wird, muss davor der Tourismus an sich behandelt werden.

2.3.1 Wesenszüge des Tourismus

Obwohl die Begriffe Fremdenverkehr und Tourismus allgemein bekannte Begriffe sind, so ist es dennoch schwer eine allseits befriedigende Definition zu finden. Denn das Phänomen des Reisens ist enorm vielgestaltig: Es reicht von einem Tagesausflug in die nähere Umgebung, über die Teilnahme an einem Kongress, bis hin zu einem Badeaufenthalt am Mittelmeer. Einige Autoren glauben, dass sich eine so komplexe Erscheinung wie der Fremdenverkehr überhaupt einer sinnvollen Definition entzieht, da sie immer eine Ungenauigkeit aufweist (vgl. Sölter 2009: 5). Benthien schreibt dazu: Da der Tourismus so facettenreich ist und er unsere terminologischen Systeme zu sprengen droht, sei es notwendig „Mut zur terminologischen Mitte“ (Benthien 1997, zitiert nach Sölter 2009: 5) zu beweisen.

Eine der bekanntesten Definitionen des Tourismus kommt von der Welttourismusorganisation (WTO). Sie lautet: *„Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts-, oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“*, (WTO 1991, zitiert nach Sölter 2009: 6).

Trotz zig verschiedener Definitionen können einige Übereinstimmungen bei fast allen Versuchen festgestellt werden. Sie beinhalten die drei konstitutiven Elemente des Tourismus: Zeit, Destination und Motiv (vgl. Freyer 2006: 2f):

- Ortswechsel bzw. Aufenthalt von Personen, der über den normalen Aufenthaltsort hinausgeht und an einen „fremden“ Ort führt.
- Dieser Aufenthalt ist vorübergehend, da der Reisende die Absicht hat nach Stunden, Tagen, Wochen oder Monaten zurückzukommen.
- Motive des Ortswechsels, also die Frage, warum gereist wird.

2.3.2 Definition des Tourismus im ländlichen Raum

Wie der Name andeuten lässt, findet diese Art von Tourismus im ländlichen Raum statt, daher war es wichtig diesen vom städtischen Raum abzugrenzen. Was aber sind weitere Faktoren dieser Erholungsform? Müssen Touristen landwirtschaftlichen Arbeiten nachgehen, auf einem Bauernhof Urlaub machen oder besonders auf die Umwelt eingehen?

Die EU stellt die Reisemotivation der Gäste in den Vordergrund und definiert ländliche Tourismusgebiete wie folgt. *“Rural tourist destinations (are) places to visit, where enjoyment of the countryside and countryside activities is a primary motive“* (EU-Kommission 2002, zitiert nach Rein/Schuler 2012: 4).

Wird die folgende Abbildung 2 betrachtet, kann festgestellt werden, dass im Gegensatz zur Definition der Europäischen Kommission Aktivitäten in Verbindung mit der Natur oder die Naturlandschaft selbst nicht das primären Motiv für eine Reise sein müssen. Der ländliche Tourismus vereint ein breites Spektrum an Aktivitäten, Übernachtungsmöglichkeiten und Formen in sich. „Aus diesem Grund ist es nicht verwunderlich, dass auch eine klare Abgrenzung, was genau unter „Tourismus im ländlichen Raum“ verstanden wird, bisher nicht gelingt. Urlaub auf dem Bauernhof, Urlaub auf dem Lande, Landtourismus, Agrotourismus etc. sind nur einige der Begriffe, die in diesem Zusammenhang genutzt werden. Eine Betrachtung ausgewählter Definitionen für Tourismus im ländlichen Raum auf den unterschiedlichen Ebenen spiegelt diese große Vielfalt wieder“ (Rein/Schuler 2012: 4).

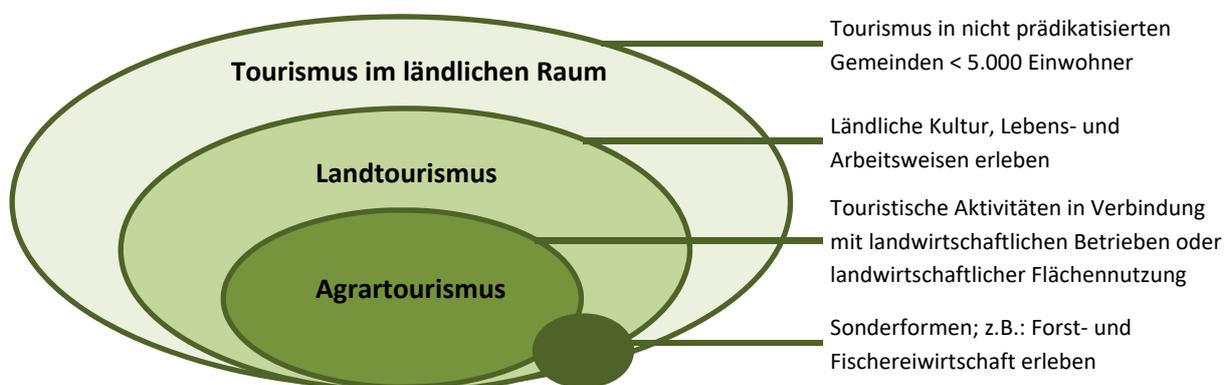


Abbildung 2: Abgrenzung von Tourismusformen; Quelle: OSV 2010: 154

Die folgenden Definitionen beschreiben die drei Begriffe der Abbildung 2. Wie zu sehen, decken die Segmente von Stufe zu Stufe ein immer breiteres Spektrum an Aktivitäten und Angeboten ab. Festzuhalten ist auch, dass vielfältige Verflechtungen unter den Segmenten herrschen und die Übergänge meist fließend sind (vgl. OSV 2010: 155).

Angefangen beim Agrartourismus, welcher mit dem Erleben landwirtschaftlicher Betriebe und dem ländlichen Alltag assoziiert werden kann: Der Agrartourismus *„ist eine Form des Landtourismus, der touristische Aktivitäten in Verbindung mit landwirtschaftlichen Betrieben oder landwirtschaftlicher Flächennutzung umfasst. Das bekannteste Angebot ist der Urlaub auf dem Bauernhof“* (OSV 2010: 155).

Über den Landtourismus, welcher den Agrartourismus miteinschließt und als Tourismusform, bei der die ländliche Kultur im Mittelpunkt steht, verstanden wird: *„Er umfasst Angebote, die Besuchern einen Einblick in die ländliche Kultur, in traditionelle wie moderne Lebens- und Arbeitsweisen ermöglichen“* (ebd.).

Bis zum Tourismus im ländlichen Raum, der als übergreifende Begrifflichkeit verstanden wird, welche die *„... Kulisse für vielfältige touristische Angebote und Aktivitäten ohne zwingenden direkten Bezug zu Landwirtschaft und ländlicher Kultur“* (ebd.), bildet.

Bei allen oben angeführten Tourismusbegriffen ist nicht klar, ob diese im Sinne einer nachhaltigen Nutzung handeln. Eine solche Entwicklung ist aber anzustreben, daher ist von einem konventionellen Nutzen abzusehen. Die Infrastruktur ist von den Betreibern so zu wählen, dass eine natürliche und authentische Landschaft gewährleistet wird und die natürlichen Ressourcen nicht gefährdet werden.

2.3.3 Nachhaltigkeit im Tourismus

In den 1980er Jahren war das Schlagwort „Sanfter Tourismus“ zum Inbegriff der tourismuspolitischen Alternative geworden. Er wurde als Gegenstück zum Massentourismus gesehen. Der Fokus dieser Form war es die Zusammenhänge von Natur, Kultur, Mensch und Technik zu berücksichtigen (vgl. Baumgartner/Röhner 1998: 10f; vgl. Revermann/Petermann 2003: 133f). Der Sanfte Tourismus ist also eine Tourismusform, welche die Potenziale von Natur, Kultur, Geschichte und Wirtschaft der jeweiligen ländlichen Region so nutzt, dass die natürliche Umgebung nicht in dem Ausmaß beeinflusst wird, wie beim traditionellen Fremdenverkehr (vgl. Baumgartner 2008: 11). Diese Art von Tourismus ist besonders in peripheren ländlichen Räumen möglich, welche noch nicht vom Massentourismus eingenommen sind. Sie ermöglicht den Bewohnern ein weiteres wirtschaftliches Standbein aufzubauen und soll lediglich als Ergänzung in den regionalwirtschaftlichen Entwicklungen verstanden werden (vgl. Pevetz 1996: 335). Jedoch

wird den Betreibern nachgesagt, dass sie immer mehr von den Ideologien des Sanften Tourismus Abstand nehmen. Dazu existiert die These, dass der Sanfte Tourismus nur dazu dient eine Region marktfähig zu machen, um später leichter auf Massentourismus umzusteigen. Dabei wird von den Akteuren versucht, auf Grund von zunehmender Konkurrenz, gezielt von Tourismus nicht erschlossene Landschaften in neue Destinationen umzuwandeln. Diese Entwicklung ist so nicht zu unterstützen und widerspricht der Ideologie des Sanften Tourismus (vgl. Baumgartner/Röhler 1998: 12ff; vgl. Revermann/Petermann 2003: 135).

Das Konzept des Sanften Tourismus wich im Verlauf der 1990er Jahre immer mehr dem „Nachhaltigen Tourismus“. Die nachhaltige Tourismusedwicklung ist langfristig und zukunftsorientiert ausgerichtet. Dabei sollen vor allem die Auswirkungen auf die nächsten Generationen in Betracht gezogen werden. Neben dem Fokus auf die Umwelt sollen auch die Sozialverträglichkeit und die wirtschaftliche Ergiebigkeit des Tourismus berücksichtigt werden. (vgl. Freyer 2009: 503).

Der nachhaltige Tourismus achtet also auf die Umwelt und versucht alle vor Ort vorhandenen Wirtschaftsfaktoren miteinzubeziehen, um lokale Wertschöpfung zu generieren. Er bildet Netzwerke und soll im kleinen Maßstab betrieben werden. Die einheimische Bevölkerung muss von Anfang an am Prozess beteiligt sein, um den Tourismus zu akzeptieren und ihn in die regionale Kultur einzugliedern. Dabei ist vor allem eine Strategie wichtig, „...die einen nachhaltigen Tourismus fördert und somit eine Balance zwischen ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekten anstrebt“ (Porzelt 2012:173).

Jedoch fehlt es den Tourismusgebieten an umfassenden umwelt- und sozialverträglichen Entwicklungskonzepten, daher besteht eine Diskrepanz zwischen der Theorie und der tatsächlichen Umsetzung von Tourismuskonzepten. Viele Tourismusgebiete beschränken sich auf einzelne umweltorientierte Aktivitäten, wie Maßnahmen zur Müllvermeidung oder grüne Mobilität innerhalb der Tourismusdestination, wobei die Anreise außer Acht gelassen wird (vgl. Revermann/Petermann 2003: 136). Aus diesen Gründen ist es falsch vom „Nachhaltigen Tourismus“ zu reden, da diese Art von Fremdenverkehr die Umwelt noch immer belastet, wenn auch in einem geringeren Ausmaß als der Massentourismus. Die Bezeichnung „**Nachhaltigkeit im Tourismus**“ stellt den jetzigen Zustand viel besser dar. Sie ist so zu verstehen, dass Nachhaltigkeitskonzepte in die Tourismusedwicklung integriert werden, um die negativen Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten (vgl. Baumgartner/Röhler 1998: 67).

3 Tourismus im ländlichen Raum

Nachdem die Definition vorgenommen wurde und nun Klarheit herrscht, wie der Begriff „Tourismus im ländlichen Raum“ zu verstehen ist, wird dieser im folgenden Kapitel näher durchleuchtet. Um einen Gesamteindruck über dieses Thema zu erhalten, werden folgende Bereiche behandelt: Trends, Chancen, Erfolgsfaktoren, Indikatoren und Auswirkungen. Da sich diese Tourismusform, wie der Name schon sagt, in ländlichen Gebieten abspielt, wo die Landwirtschaft oft eine große Rolle einnimmt, muss vorher auf die Wichtigkeit der Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft hingewiesen und diese kurz thematisiert werden.

3.1 Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft

Die peripheren ländlichen Räume wurden in der touristischen Entwicklung lange Zeit vernachlässigt, da sie weder über eine Dichte von Attraktionspunkten noch eine ausreichende touristische bzw. Freizeitinfrastruktur verfügen, hinzu kommt noch die schlechte Erreichbarkeit. Aus der Summe dieser Gründe wurden Städte mit ihrem Kulturangebot, spektakulären Naturlandschaften und Meeresküsten zu touristischen Zielgebieten (vgl. Steinecke 2007: 223). Doch Ende des 19. Jahrhunderts kam der Begriff „Sommerfrische“ auf, welcher von den Brüdern Grimm als „Erholungsaufenthalt der Städter auf dem Lande zur Sommerzeit“ (Grimm/Grimm 1905: Sp. 1527) definiert wurde.

Genauso wie die „Sommerfrische“ am Ende des 19. Jahrhunderts brachte das 20. Jahrhundert eine Veränderung für den ländlichen Raum mit sich.

Die Landwirtschaft war jahrhundertlang der dominante Sektor in ländlichen Räumen, welcher den Großteil der Bevölkerung beschäftigte. Jedoch brachte das 20. Jahrhundert eine Veränderung für die europäische Landwirtschaft. Wie im Kapitel 2.1.3 erläutert, wird die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe immer kleiner. Bedingt durch die Industrialisierung, die Produktsteigerung und höhere Effektivität der landwirtschaftlichen Betriebe, nimmt die Beschäftigung im Primärsektor ab (vgl. Sznajder et al. 2009: 44). Immer weniger Bauern bewirtschafteten immer mehr landwirtschaftliche Fläche. Die Folge ist Verdrängung der Kleinbauern in den Nebenerwerb. Angesichts fehlender wirtschaftlicher Alternativen sehen viele Bauern den Tourismus als ein geeignetes Mittel eine weitere Einkommensquelle zu generieren. Und obwohl die Anzahl der Landwirte auch in Zukunft abnehmen wird, ist die Verantwortung der Bauern für die Landschaft, ohne die der Tourismus nicht bestehen würde, noch immer sehr groß (vgl. CIPRA 2007: 230).

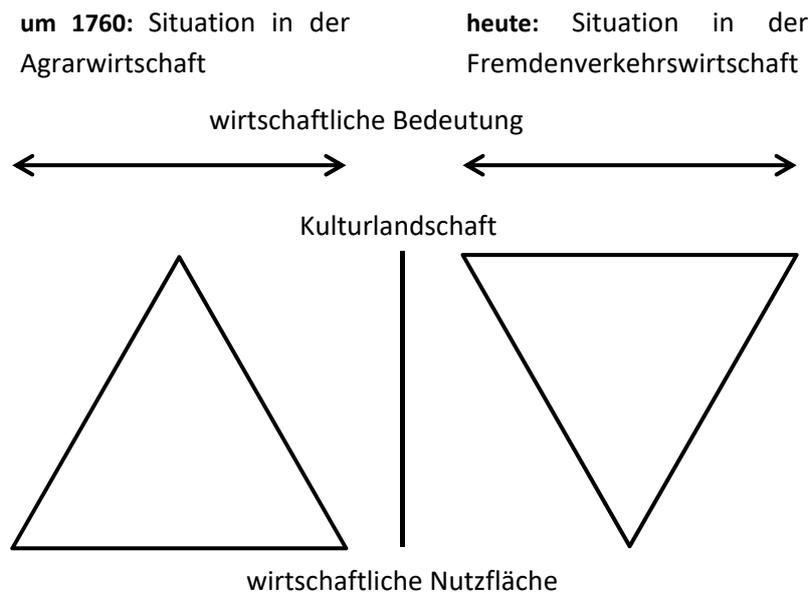


Abbildung 3: Wirtschaftliche Bedeutung der Landschaft im Zeitvergleich; Quelle: Müller 2003: 81

Wie in der oben angeführten Abbildung 3, bezogen auf den Produktionsfaktor Boden, herrscht zwischen dem Tourismus und der Landwirtschaft ein Konkurrenzkampf. Trotzdem bestehen auch komplementäre Beziehungen zwischen den beiden Sektoren. „Die Landbewirtschaftung soll gleichermaßen der Erhaltung bzw. Wiederherstellung einer abwechslungsreichen, vielfältig strukturierten, arten- und biotopreichen Kulturlandschaft, sowie der Sicherung und Entwicklung der ländlichen Räume dienen“ (Weiger 2005: 109). Der Tourismus profitiert also von der Landwirtschaft, welche als Nebenprodukt die landschaftliche Schönheit und Funktionsfähigkeit aufrechterhält. Aber auch die Landwirtschaft profitiert vom Fremdenverkehr. Vom Nebenverdienst durch den Tourismus, ist es den Landwirten möglich ihre Daseinsvorsorge abzusichern.

Tourismus unterstützt also die Landwirtschaft und hilft ihr dabei ein abwechslungsreiches Landschaftsbild (kleinräumige Struktur, Nutzungsvielfalt) zu erhalten (vgl. Müller 2003: 24). Diese Tätigkeit ist als zweites Standbein zu betrachten und besonders kleinere landwirtschaftliche Betriebe können sich dadurch voll und ganz auf ihre Arbeit am Hof konzentrieren und müssen nicht externen Beschäftigungen nachgehen. Der Tourismus kann also dazu beitragen, die bäuerliche Identität mit ihrem ländlichen Alltagsleben in ihren Bauernhöfen und landwirtschaftlichen Betrieben langfristig zu sichern (vgl. Embacher 2007: 1f).

3.2 Touristische Trends

Für die Attraktivität ländlicher Tourismusregionen ist die Qualität von Natur und Landschaft logischerweise eine zentrale Grundlage. Laut Kozak spielt aber, für das touristische Erlebnis,

nicht nur die Umweltqualität eine wichtige Rolle, sondern auch ein vorhandenes Freizeitangebot ist von Bedeutung (vgl. Kozak 2004: 127f). Angesichts der großen Konkurrenz durch touristische Ballungszentren aber auch der vorhandenen natürlichen Potenziale, müssen sich solche Regionen auf alternative Tourismusformen, wie etwa den Kultur-, Wein-, Kulinarik-, Gesundheits-, Aktiv- und naturnahen Tourismus spezialisieren (vgl. IITF et al. 1997: 9). Die Zukunftstrends zeigen eine Tendenz mehrere Urlaubsformen in einem Urlaub zu kombinieren. Für den Landurlaub bedeutet dies, dass mehr als nur eine Ferienwohnung am Land erwartet wird, nämlich ein umfassendes zielgruppenspezifisches Angebot (vgl. Lohmann/Aderhold 2009, zitiert nach Grimm et al. 2012: 35f).

3.2.1 Branchentrends

Die Studie „Bleibt alles anders? Tourismus 2025“ der Universität Innsbruck, welche als Mittelpunkt die Erhebung aktueller Trends als Ziel hatte, wurde mittels einer Medienanalyse durchgeführt. Sie stützt sich auf je 5 Branchen- und Wissenschaftsmagazine. Diese Magazine stammen aus den Jahren 2011 bis 2016 und wurden einer quantitativen Analyse unterzogen. Insgesamt wurden 3393 Beiträge untersucht, wobei die Auswertung folgende Trends ergibt (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 21ff)

- Digitalisierung (Buchungssysteme, mobile Anwendungen, personalisierte Angebote)
- Veränderungen in den Rahmenbedingungen (ökologische, politische u. gesetzliche Rahmenbedingungen, Demographie, Förderungen etc.)
- Nachhaltigkeit (naturnaher Tourismus, regionale Produkte, Mobilitätslösungen etc.)
- Bildung (qualifizierte Mitarbeiter, sekundäre Ausbildung, Selbstverwirklichung etc.)
- Authentizität (lokale Kultur, kleinräumige Strukturen etc.)
- Konsumentenverhalten

Natürlich treten in den Magazinen weitere Trends auf, jedoch waren die genannten am häufigsten vorzufinden. Diese werden in „Chancen“ und „Herausforderungen“ aufgeteilt und in den folgenden Kapiteln 3.3 und 3.4 näher beschrieben.

3.2.2 Trends beim Konsumverhalten

Das Tourismus Trendscreening Tool des Instituts für Tourismus und Freizeitforschung der HTW-Chur basiert auf einer Printmedienanalyse. Es wurden dabei 39 Medientitel in der Zeitspanne von 2008-2010 analysiert und ausgewertet. Die quantitative Analyse, bezogen auf die meistgenannten Kombinationen aus Produktkategorien und Gästesegmenten, welche über den ganzen Zeitraum eine gewisse Präsenz in den untersuchten Medien aufgewiesen haben, erlaubt die Identifikation folgender fünf Themenschwerpunkte (vgl. Boksberger et al. 2011: 13ff):

- Technik: Handygestützte Angebote sind hoch im Kurs. Ob Navigation, Fotos schießen oder das Abspielen von Musik, das touristische Angebot nutzt alle Möglichkeiten aus. Es werden Geräte gezielt für ältere Menschen entwickelt, z.B. leseunterstützende Technik wie der Kindle. Zusätzlich eröffnet die Miniaturisierung technischer Geräte dem Tourismus zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten (z.B. GPS, Handy-Safari).
- Übernachtung: Im Bereich Übernachtung ist eine Polarisierung des Marktes, in gutlaufende Luxusangebote der oberen Preisklasse und dem Budgettourismus im Bereich „Cheap & Chic“ auf der anderen Seite, feststellbar.
Es ist eine Vielzahl an Angeboten für Kinder und Familien vorhanden. Besonders auf die Bedürfnisse der Kinder wird eingegangen, aber auch auf die Bedürfnisse der Betreuungspersonen wird geachtet.
Ein weiteres Thema, welches in den Medien vertreten war, sind die Ferien in ländlicher Umgebung, beziehungsweise Ferien auf dem Bauernhof. Hier kommt ein gewisser Wunsch zur Rückkehr nach Einfachheit ohne technischen Schnickschnack zum Ausdruck.
- Hiking: Ein großes Thema in Bezug auf die Kategorie stellten die Themen-, Höhen- und Panoramawege dar. Weiters wurde in einigen Artikeln über die Verknüpfung von Wandern und Kulinarik berichtet. In diesem Bereich finden sich Wein-, Schlemmer- Winter- und Kulinarikwege wieder. Die Kombination aus körperlicher Ertüchtigung und Genuss scheint ein Erfolgsfaktor für die Zukunft zu sein. Wie im ersten Punkt angesprochen hält die Technik zunehmend beim Wandern Einzug (z.B. GPS, Handy-Safari).
- Vorsorge/Relaxation: Ein vieldiskutiertes Thema in diesem Bereich ist die Kombination aus Entspannung und Aktivität (z.B. Yoga + Outdoor-Aktivität). Neue Formen des Gehens/Laufens sind ebenfalls angesagt, so das Barfußlaufen oder Nordic Walking. Computerunterstützte Fitnessprogramme, wie z.B. Wii Fit sind laut der untersuchten Quellen auch auf dem Vormarsch.
- Abenteuer: Es werden unterschiedliche Gadgets (Mountain-Roller, -Board) am Berg thematisiert. Im Wesentlichen geht es um kurzweilige „Action“ am Berg, die oft von Bergbahnen angeboten wird und eine Alternative zum Wandern darstellen kann. Ein zweites stark steigendes Angebot scheinen laut den Berichten Seil-Installationen aller Art zu sein. Hochseilparks, Klettersteige und Kinderklettern sind nur einige Angebote dieses Segments. Diese üben eine immense Faszination aus, weil sie trotz Adrenalin-Kick sicher sind.

Grundsätzlich zeigt sich, dass die Angebote laufend differenziert werden, wobei ein klarer Trend hin zur Verknüpfung verschiedener Produktkomponenten festzustellen ist. Weiters

kann in der Praxis eine forcierte Integration von neueren Alltagstrends, so z.B. die Verbreitung von Bio-Lebensmitteln oder der Gebrauch unterschiedlicher technischer Hilfsmittel (GPS) festgestellt werden (ebd.).

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass viele Touristen heute ein unverwechselbares und auf sie persönlich zugeschnittenes Erlebnis, anstelle der herkömmlicheren Pauschalreisen mit „Sonne und Meer“, bevorzugen. Reiseveranstalter und regionale Akteure müssen auf diese Veränderungen bei der Nachfrageseite reagieren und sich anpassen. Der Sektor sollte neue Produkte entwickeln und neben anderen innovativen Aktivitäten die Attraktivität und Zugänglichkeit zwischen Hinterland und Küste herstellen.

3.3 Chancen

Die Tourismusbranche steht derzeit und auch in den nächsten Jahren enormen Veränderungen gegenüber. Sowohl Chancen als auch Risiken ergeben sich aus Treibern wie demographischem Wandel, Klimawandel, Technologieveränderungen und starken Veränderungen des Konsumentenverhaltens. Dazu beeinflussen globale Konflikte und ökonomische Veränderungen zusätzlich die Tourismuswirtschaft. Viele dieser Einflussfaktoren betreffen den Tourismus in seiner Gesamtheit, einige vermehrt den Tourismus in ländlichen Regionen. Die zwei folgenden Kapitel (Kapitel 3.3 und 3.4) thematisieren die bedeutendsten Rahmenbedingungen und werden in Chancen und Herausforderungen für den ländlichen Tourismus unterteilt.

3.3.1 Technologie/Digitalisierung

Die technologische Entwicklung kommt standortsensitiven Diensten, auch Location-Based Services (LBS) entgegen. Das Potenzial der LBS Dienste hängt mit der technischen Infrastruktur (Internet, Ortungssystem, Datenbanken) und mit der Nutzung von Smartphones zusammen. Das System kann dem Nutzer aktuelle, standortbezogene und kontextsensitive Informationen bieten (vgl. Göll et al. 2010: 35). Darunter sind Orientierung, Navigation, Standortermittlung und Ereignissuche zu verstehen. Gerade für Tourismusorganisationen im ländlichen Raum können LBS Dienste daher ein großes Potenzial darstellen, um das Destinationserlebnis der Touristen zu erhöhen (vgl. Reichenbacher 2003: 69; vgl. Fronhofer/Lütters 2012: 293ff). An verschiedenen Beispielen ist zu sehen, dass kein Systembruch stattfindet, sondern eine evolutionäre Entwicklung. „Places to See“ sind weiter hoch frequentiert, aber zusätzliche Elemente, die sich außerhalb der „Tourist Bubble“ befinden, werden in das Besucherportfolio aufgenommen (vgl. Kagermeier 2011: 59f).

Ein weiterer Punkt der technologischen Entwicklung ist die Möglichkeit kleiner Urlaubsdestinationen mit begrenztem Finanzbudget, im Vergleich zu früher, überproportional hohe öffentliche Aufmerksamkeit zu generieren und somit die Vorteile finanzstarker Destinationen zu minimieren (vgl. Lanner et al. 2010, zitiert in Schuler 2012: 105). Dabei ist die Nutzung von Online-Marketing gemeint, welches sich in den letzten Jahren stark verändert hat. Unter dem Schlagwort „Web 2.0“ zeichnet sich eine neue Entwicklungsphase des traditionellen Internets ab, die stark vom „User Generated Content“ geprägt ist und damit auch andere Rollenverteilungen in der touristischen Kommunikation ermöglicht. Der Internet-Nutzer wird immer aktiver und tritt somit auch als Mitgestalter des Web-Contents auf. Das bedeutet, dass das Internet immer stärker als Medium zum Austausch zwischen einzelnen Konsumenten (C2C-Bereich, Konsument zu Konsument) genutzt wird, bisher überwiegend B2C (Anbieter zum Kunden). Über Blogs, Social-Sharing und Bewertungsportale können Empfehlungen und persönliche Erfahrungen zu bestimmten touristischen Produkten an eine breite Masse an Nutzern weitergegeben werden, zumal Angaben aus der „Peer-Group“ (Gruppe von Menschen mit gemeinsamen Interessen) als vertrauenswürdiger eingestuft werden als die Angaben von professionellen Organisationen und Unternehmen (vgl. Kagermeier 2011: 59ff).

3.3.2 Klimawandel

„Der Klimawandel wird von allen wahrgenommen. Einige sehen diesen als Problem, andere als Chance“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 53). Das Wetter, die Landschaft und ganze Ökosysteme werden beeinflusst, waszum einen zu einer Saisonverlängerung (z.B. mehr Sonnentage) und zum anderen zu Verkürzungen (z.B. geringer Schneefall, kürzere Wintersaison) führt (vgl. Rein/Schuler 2012: 6). Die kühleren Destinationen am Land und in den Bergen greifen das Thema Hitze flucht aus der Stadt verstärkt auf und bieten Erholung für den hitzegeplagten Städter. Auf Grund der verlängerten Hauptsaisonen kann mit einem vielfältigen Angebot die Haupt- bzw. Nebenerwerbstätigkeit deutlich länger ausgeübt werden. Aber auch die Nebensaison ländlicher Tourismusgebiete kann von den Folgen des Klimawandels profitieren. Jedoch muss sowohl für Kurzaufenthalte, welche in den letzten Jahren immer mehr zunehmen, als auch für längere Aufenthalte das Freizeitangebot in Verbindung mit lokaler Kulinarik, Kultur und Gesundheit ausreichend entwickelt sein, um einen ganzjährigen Betrieb zu ermöglichen.

Ein zusätzlicher Punkt, der mit dem Klimawandel einhergeht, ist der Umgang mit knappen Ressourcen. Dabei wird der Klimawandel als Treiber für nachhaltige Veränderung im Angebot und in der Sensibilisierung des nachhaltig agierenden Nachfragers gesehen (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 55). Dieses Stichwort führt zum nächsten Kapitel.

3.3.3 Nachhaltigkeit/gestiegenes Umweltbewusstsein

Der Tourismus, und der Tourismus in ländlichen Gebieten noch mehr, ist wie wenig andere Wirtschaftszweige auf eine intakte Natur angewiesen. Dabei liegen Faktoren wie Klima, Gewässer, Natur und Kulturlandschaft an der Spitze (vgl. FUR 2008, zitiert nach Strasdas 2012: 344). Um die artenreiche Natur sowie die Kulturlandschaft zu erhalten, ist der Begriff „Nachhaltigkeit im Tourismus“ von großer Bedeutung. Das nachhaltige Reisen setzt einen klimaschonenden und umweltverträglichen Urlaub voraus. Die Beiträge der Medienanalyse zeigen, dass die Akteure versuchen, durch ressourcenschonende Gestaltung der Unterkünfte und Attraktionen den Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht zu werden und jene Kunden zu bedienen, die nachhaltige Unterbringungsarten nachfragen (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 29).

„Es kann festgestellt werden, dass es kundenseitig eine deutliche Sensibilisierung für die Thematik“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 27), Nachhaltigkeit im Urlaub, gibt. Weiters heißt es in der Studie: „Der Stellenwert von Ökologie und Nachhaltigkeit wird beim Konsumenten allgemein in allen Branchen wichtiger“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 51) und Regionen mit einer intakten Natur als Kulisse profitieren davon.

3.3.4 Authentizität

Viele Touristen streben immer mehr nach authentischen Erfahrungen und Emotionen. Laut Schneider erlebt die Sehnsucht nach dem Regionalen und die Bereitschaft für eine echte und authentische Lebensart und Lebensweise eine Renaissance (vgl. Schneider 2016: 72ff). Da Dörfer Sinnbild für Brauchtum, handwerkliche und bäuerliche Traditionen und regionale Baukultur sind, erfahren sie mit dem Trend zu mehr Authentizität zunehmend ein öffentliches Interesse und nehmen daher auch eine tragende Rolle in der ländlichen Tourismusentwicklung mit ein (vgl. Kossatz et al. 2012: 274). Bei den teilweise künstlichen Inszenierungen des altertümlichen Lebens laufen die touristischen Gebiete Gefahr, aus der ursprünglichen Authentizität ein künstlich wirkendes Angebot zu schaffen. Daher sind die geplanten Attraktionen mit einem realen Bezug zur Region einzubetten. Der Grat zwischen künstlicher Inszenierung und Authentizität ist sehr dünn. Deshalb ist es wichtig den touristischen Raum gleichzeitig auch als Lebensraum der einheimischen Bevölkerung zu sehen, weil letztlich die Authentizität nur im Einklang mit den Bewohnern vermittelt werden kann, was voraussetzt, dass diese sich wohlfühlen (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 53).

3.3.5 Analogisierung

Die Nachfrage nach authentischen Erlebnissen entsteht unter anderem als Gegentrend zur Schnelllebigkeit, welche das Bedürfnis nach Entschleunigung forciert. So zeigt sich z.B. der Wunsch nach Analogisierung und Entschleunigung auch in der verstärkten Nachfrage nach Urlaub am Land, Urlaub am Bauernhof“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 41). Hier können insbesondere ländlich geprägte Regionen zukünftig ihr Profil schärfen und auf diese Trendentwicklung reagieren (vgl. Rein/Schuler 2012: 7). „Vielfältige Landschaft und Kulturangebote, authentische und hochwertige Lebensmittel(-erzeugung), freundliche Mitarbeiter und Einheimische ermöglichen es, intensive authentische Erlebnisse am Urlaubsort als Ausgleich in einer digitalisierten Welt zu bieten“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 75).

3.3.6 Globalisierung und Sicherheit

Auch sich ändernde politische Rahmenbedingungen haben Einfluss auf den Tourismus im ländlichen Raum. Dazu gehören zum einen der erhöhte Wettbewerb der Tourismusregionen und zum anderen die zunehmend weltweite Reisefreiheit und damit ein erleichterter Zugang ausländischer Zielgruppen zu europäischen Destinationen. Die global steigende Anzahl der Flugverbindungen belegt, dass immer mehr Menschen immer größere Distanzen zu ihren Urlaubsorten zurücklegen. Märkte die bisher nicht von Bedeutung waren, müssen zumindest als potenzielle Quelle betrachtet werden (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 49).

Ein weiterer Punkt ist die Sicherheit. Das allgegenwärtige Risiko internationaler Unruhen und ein gestiegenes Sicherheitsbedürfnis als Folge des Terrorismus können den europäischen Tourismus günstig beeinflussen (vgl. Rein/Schuler 2012: 7). Die internationalen Unruhen haben zu einer Verschiebung der Tourismusströme geführt. Neben Asien, dem Pazifikraum und Amerika, weist auch Europa im Jahr 2016 (Referenzjahr 2015) einen Zuwachs an Touristen auf. Kroatien wurde vom FCO (Außenministerium des Vereinigten Königreichs) mit einer nur „geringen Gefährdung“ eingestuft. (vgl. Die Presse 2015: online, vgl. Welt N24 2017: online). Da mit zunehmender Entfernung zu Städten die Gefährdung sinkt, sind die Gegebenheiten beim Untersuchungsgebiet ideal.

3.3.7 Innovation

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Verschärfung der Wettbewerbssituation gewinnt die Erlangung von Wettbewerbsvorteilen immer mehr an Bedeutung und fordert zunehmend die Innovationskraft der Unternehmen, zumal der Zusammenhang zwischen Innovation und Profitabilität nachgewiesen werden konnte (vgl. Keßler et al. 2011: 300; vgl. Horvath &

Partners 2009: 8). Darüber hinaus fordert die allgemeine Entwicklung im Tourismus (kürzere Aufenthaltsdauer, größere Bedeutung des Internets, wachsende Konkurrenz durch neu erschlossene Destinationen) neue Produkte und Dienstleistungen in der Tourismusbranche. Auch das Bedürfnis der Kunden, weg von Pauschalreisen hin zu individuell zugeschnittenen Urlaubserlebnissen bedarf innovativer Produktentwicklung.

3.4 Herausforderungen

Als Herausforderung für die Entwicklung des ländlichen Raums kennt die Literatur viele Faktoren. Soziodemographische Faktoren sind die Landflucht, die Überalterung der Gesellschaft, sowie der Rückgang der Geburtenrate. Daneben sind der Klimawandel und Umweltschäden sowie der Verlust von Landwirtschaft und Kulturlandschaften zu nennen. Auch ökonomische und sozio-ökonomische Faktoren gehören dazu. Beispielsweise die Arbeitslosigkeit, steigende Armut, die Saisonalität, eine verzögerte wirtschaftliche Entwicklung sowie die Benachteiligung in Bezug auf den Zugang zu modernen Technologien und Infrastrukturen (vgl. Schuckert et al. 2011: 170f).

3.4.1 Demographie

Der Strukturwandel und der damit einhergehende demographische Wandel, besonders für strukturschwache periphere Regionen, wurde schon im Kapitel 2.1.3 erläutert. Für den Tourismus bringt der demographische Wandel viele Herausforderungen mit sich. Durch den Wegzug erwerbstätiger Bewohner fehlt es den Betrieben sowohl an nicht ausgebildeten Arbeitskräften, als auch an Fachkräften (vgl. Zeppenfeld 2012a: 77). Die globale Konkurrenz unter den Arbeitgebern in der Tourismusbranche nimmt zu. Mögliche Einsatzorte qualifizierter Fachkräfte sind in einer globalisierten Welt über den Erdball verstreut und die Akquirierung qualifizierter Mitarbeiter wird zunehmend zur Herausforderung (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 31).

3.4.2 Klimawandel

„Es liegt auf der Hand, dass der Klimawandel einen sehr weitreichenden Einfluss auf die zukünftige Entwicklung des Tourismus, auch des ländlichen Tourismus, haben wird. Die globale Erwärmung wirkt sich nicht nur auf die Temperatur und den Niederschlag aus, sondern auch auf die Natur und Landschaft“ (Strasdas 2012: 344). Daher beeinflusst der Klimawandel die Wahl der Urlaubsdestination und schafft neue Anforderungen an die Bewirtschaftung der Landschaft und den Kulturraum (vgl. Beritelli 2016: 172ff).

Einerseits können alpine Hochlagen mit ihrem gemäßigten Klima in heißen Monaten zu einer beliebten Destination werden, andererseits hat der Wintertourismus in den Bergen mit den sich verändernden Bedingungen zu kämpfen. Mit der Erwärmung bildet sich immer später eine Schneedecke, die aber immer früher abschmilzt. Egal wie die Situation betrachtet wird, sind hohe Investitionskosten zu tätigen um geeignete Infrastrukturen (Skipisten mit künstlicher Beschneigung oder neue Angebote in der Nebensaison) aufrechtzuerhalten bzw. zu schaffen. Die Medienanalyse der Universität Innsbruck zeigt, „dass die AnbieterInnen auf den Klimawandel unter anderem mit adaptierten Angeboten, saisonalen Anpassungen und der gezielten Ansprache von Zielgruppen reagieren“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 36).

3.4.3 Energiewende

Die Energiewende, weg von fossilen Ressourcen, hin zu erneuerbaren Energien und nachwachsenden Rohstoffen, wird durch den Bau von Solarparks sowie Leitungsnetzen zu massiven Veränderungen des ländlichen Raums führen. Es wird wichtig sein, dass dies behutsam und unter besonderer Berücksichtigung des Landschaftsbildes erfolgt und genau hier liegen die Herausforderungen (vgl. Rein/Schuler 2012: 6). Der Bau von Infrastrukturen für die Energieerzeugung und -leitung benötigt erstens Platz, den Platz den der ländliche Tourismus für sich beansprucht. Zweitens beeinflusst der Bau von, z.B. Windrädern, das Landschaftsbild. In Folge dessen kommt es zum Interessenskonflikt zwischen Infrastruktur und Tourismus. Zum Interessenskonflikt kommen auch noch die Investitionskosten hinzu. Die Kommunen in peripheren ländlichen Gebieten verfügen nicht über ein derartiges Budget solche Projekte alleine zu stemmen. Daher ist die Realisierung solcher Infrastrukturen immer mit großen Mühen verbunden und kann ohne europäische Förderungen nicht realisiert werden.

3.4.4 Mobilität

Ein wesentliches Thema in der Nachhaltigkeit ist die Entschärfung bestehender Mobilitätsprobleme in der An- und Abreise, sowie in der Mobilität vor Ort. Einerseits ist die Mobilität durch die Konzentration der Versorgungsinfrastruktur stark angestiegen, die Bereitstellung einer öffentlichen Personennahverkehrsinfrastruktur ist aber, auf Grund der geringen Bevölkerungsdichte, defizitär (vgl. Gather et al. 2008, zitiert nach Zeppenfeld 2012b: 122). Andererseits nutzen Gäste ländlicher Regionen, wegen sperrigem Equipment (z.B. Kinderwagen, Ski-Ausrüstung), gerne das eigene Auto. Diese Regionen verlangen also nach innovativen und flexiblen öffentlichen Verkehrsangeboten (vgl. Zeppenfeld 2012b: 125).

„Fördermöglichkeiten für nachhaltige Mobilität betreffen einerseits beworbene, einfache Buchungsmöglichkeiten der autofreien An- und Abreise durch die starke Vernetzung aller Mobilitätsanbieter auf modernen Buchungsplattformen und andererseits die Bereitstellung von modernen Mobilitätslösungen vor Ort (z.B. E-Car Sharing, E-Bikes, Shuttle Dienste)“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 5). Ein positives Beispiel stellt die Mobilitätsmaßnahme beim Achensee dar. Dort können Gäste beispielsweise mit einer Buchungsbestätigung kostenlos die öffentlichen Verkehrsmittel benutzen (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 36). Generell gilt aber, ein Problembewusstsein ist vorhanden, es mangelt jedoch noch an Handlungsstrategien und darauf aufbauenden Maßnahmen (z.B. Wechselseitige Angebote und Vernetzung zwischen den Anbietern von Mobilitätsdienstleistungen) (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 46)

3.4.5 Gesetzliche Rahmenbedingungen/Budgeteinsparungen

„Gesetzliche Rahmenbedingungen werden in den Beiträgen oft als eine große Hürde für die Unternehmen in der Tourismusbranche genannt“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 29). So werden Themen wie schwierige Bedingungen für die Attraktivierung und Einstellung von neuen Mitarbeitern, hohe Lohnnebenkosten und geringe Flexibilität seitens des Arbeitsmarkts oft in den Medien erwähnt. Die Vielfalt und Kleinstrukturiertheit der KMUs (Klein- und Mittelbetriebe), die den ländlichen Tourismus ausmachen, sind hierbei eine Herausforderung, da wenige Personen immer komplexere Aufgaben zu bewältigen haben. Eine Absicherung der Investitionsfähigkeit der Betriebe wäre für die strukturellen Optimierungen ein entscheidender Beitrag zur positiven Entwicklung dieser und für attraktive Betriebsnachfolgemöglichkeiten in Familienunternehmen.

Zusätzlich wäre eine laufende Entlastung beim bürokratischen Aufwand für die einzelnen KMUs durch gesetzliche Anpassungen und durch verstärkte Kooperationen zwischen Betrieben und Verbänden (z.B. „expert sharing“ zwischen Klein- und Mittelunternehmen im digitalen Bereich) wünschenswert (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 5f).

Ein zweiter Punkt neben der Hürde der gesetzlichen Rahmenbedingungen sind die oftmals geringen finanziellen Ressourcen der Kommunen. Daher liegt der Fokus auf den Aufgaben, die kurzfristig wirtschaftliche Einsparungen versprechen, im Vordergrund. Die mittel- und langfristige Zeitperspektive übersteigt meist den Betrachtungshorizont (vgl. Doctor et al. 2011: 283). „Weiters wurde die besondere Rolle der Raumplanung diskutiert: ohne deren Hilfestellung wird es schwer sein in der Zukunft Rückzugsorte für den Tourismus aber auch für die Einheimischen zu kreieren“ (Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 58).

3.5 Indikatoren

Genereller Ansatzpunkt für die touristische Entwicklung ländlicher Räume ist die Nutzung des endogenen touristischen Potenzials. Damit ist die Region mit all ihren Facetten gemeint, Landschaft, Kultur, Bewohner und Geschichte. Da der ländliche Raum im Vergleich zu touristischen Intensivgebieten, im Bereich der Angebotsdichte sowie der Angebotsbreite, Defizite aufweist, fehlen dem ländlichen Raum in der Regel Alleinstellungsmerkmale. Daher ist einerseits wichtig, die meist unspektakulären Angebote zu bündeln und andererseits mit der Infrastruktur das Aktivitätsmuster der naturnahen Erholung zu unterstützen. Eine Angleichung an die hohen Standards von Intensivgebieten ist nicht finanzierbar und durch den hohen Ressourcenverbrauch auch nicht wünschenswert. Um ein dauerhaft tragbares Angebot zu schaffen, ist es unumgänglich all diese Punkte in ein in sich stimmiges Gesamtkonzept zusammenzufassen (vgl. Haart/Steinecke 1995: 19ff).

Neben der Ausarbeitung touristischer Entwicklungsstrategien muss die Entwicklung stetig an den sich verändernden Kundenbedürfnissen ausgerichtete Produkte und dafür geeignete Instrumente schaffen. Hierbei werden stärker horizontale, vertikale und branchenübergreifende Kooperationen der Destinationen und seiner Akteure an Bedeutung gewinnen. Zusätzlich muss vermehrt in die touristische Infrastruktur vor Ort und in die Qualifikation des Personals investiert werden, um den steigenden Qualitätsstandards zu entsprechen (vgl. Pechlaner et al. 2010: 67ff, vgl. Pechlaner/Reuter 2011:179, vgl. Schuler 2012: 106f).

Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden müssen viele Faktoren beachtet werden. Die folgenden Größen (Kapitel 3.5.1-3.5.6) stellen Indikatoren dar, welche für eine erfolgreiche touristische Region im ländlichen Raum von größter Bedeutung sind. Dabei werden zwei Quellen besonders hervorgehoben. Das „Sieben-Punkte-Programm“ aus dem Tourismusbarometer 2010 des Ostdeutsche Sparkassenverbands (OSV) und die Studie „Destinationsstruktur der 3. Generation“ der St. Gallener Universität. Zusammengefasst ergeben sie sechs Indikatoren, um als touristische Destination Funktions- und Wettbewerbsfähig zu sein.

3.5.1 Organisation und Finanzierung

Den lokalen und regionalen Tourismusorganisationen kommt bei touristischen Projekten eine entscheidende Bedeutung zu. Dabei bewegen sich Tourismusorganisationen im Spannungsfeld von öffentlich-rechtlich geprägtem Auftrag, geforderter Effizienz, sowie privatwirtschaftlich dominiertem Anspruch und heterogenen Interessen der Mitglieder. Um alle Interessen in die Produkt- und Angebotsentwicklung zu integrieren, bedarf es einer

klaren funktionalen Arbeitsteilung zwischen Landestourismusverband, regionalen touristischen Zusammenschlüssen und kommunalen Tourismusvereinen.

Kleinteilige Organisationseinheiten haben oft den Nachteil nur geringe Ressourcen zur Verfügung zu haben und ihre Kompetenzen enden an den Gemeindegrenzen, diese Tatsache verhindert marktorientierte Lösungsansätze. Aus diesem Grund wird verstärkt für die Bündelung der Ressourcen geworben. Je größer diese Organisationseinheiten werden, desto mehr wächst die Bedeutung und Notwendigkeit eines effektiven Innenmarketings. Aufgaben müssen genau zugewiesen werden, um Doppelarbeit zu vermeiden, zusätzlich ist eine Moderation für die verschiedenen Abteilungen von äußerster Wichtigkeit (vgl. Haart/Steinecke 1995: 20ff; vgl. Schuler 2012: 99ff).

Um Investoren von einem Konzept überzeugen zu können, ist eine langfristige Finanzierung von enormer Wichtigkeit. Angesichts der oftmals prekären Haushaltslage ländlicher Kommunen müssen neben den begrenzten Eigenmitteln Förderungen (z.B. EU-Fonds) sichergestellt werden. Um eine Kontinuität der Tourismusarbeit nach dem Auslaufen der aktuellen EU-Förderperiode Ende 2020 zu gewährleisten, „...sind eine rechtzeitige Auseinandersetzung und Entscheidungen im Hinblick auf das zukünftige Vorgehen dringend notwendig“ (OSV 2010: 204).

3.5.2 Kooperation

Zwar setzt sich das Touristische Produkt aus vielen Einzelleistungen, wie z.B. Übernachtung, Gastronomie oder Freizeitinfrastruktur zusammen, jedoch bewertet der Gast eine Dienstleistung gesamthaft über die ganze Kette (vgl. Weiermair/Fuchs 1998 zitiert nach Romer/Boksberger 2011: 214). Ausgehend von dieser Tatsache ist die Kooperation von Tourismusakteuren und anderer Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche, für den nachhaltigen Erfolg des Tourismus im ländlichen Raum, von zentraler Bedeutung. Nur wenn es gelingt, die Entwicklungen in den verschiedenen Bereichen aufeinander abzustimmen, kann der Tourismus zu einer erfolgreichen Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum in Europa werden (vgl. Haart/Steinecke 1995: 31). Dabei sollten die Akteure über befristete Projekte hinaus die regionalen Kooperationen fortführen (vgl. OSV 2010: 202). Um Potenziale vollkommen zu nutzen, muss die Zusammenarbeit auf allen Ebenen (horizontal, lateral, vertikal) stattfinden. Praktisch heißt das, die touristischen Leistungsträger (Winzer, Gastronome, etc.) müssen in der Branche (Winzer mit Winzer) selbst und mit anderen Branchen auf der selben Stufe zusammenarbeiten. Außerdem sind Kooperationen von Leistungsträgern unterschiedlicher Stufen (Supermarkt und Greißler) nötig, um die Wertschöpfungskette vollkommen zu nutzen und dadurch alle interessierten Akteure in den Prozess einzubinden (vgl. Dreyer 2012: 247).

3.5.3 Zielgruppenmarketing

Für eine erfolgreiche Vermarktung einer ländlichen Region bedarf es einer zielgruppenorientierten Marketingstrategie, wobei die Zielgruppen zuvor genau definiert werden müssen (vgl. Haart/Steinecke 1995: 20ff). Die Marktanalyse des OSV hat die Heterogenität der Touristen in ländlichen Räumen deutlich gemacht. Die Zielgruppen in Marketingkonzepten sind so vielschichtig wie ihre Bedürfnisse. Daher sind ausgewählte Zielgruppen nach Alter, Herkunft, Anzahl oder Leitthema der Reise zu differenzieren und mit geeigneten Marketingmethoden anzusprechen. Bei diesem Punkt können sich die verändernden technologischen Rahmenbedingungen positiv auswirken. „Insbesondere das Internet ist aufgrund seiner enormen Reichweite als besonders effizientes Medium im Rahmen von viralen Kampagnen anzusehen. [...]. Mit überraschenden, originellen und witzigen Marketingmaßnahmen können Tourismusanbieter die Zielgruppe gezielt auf einer emotionalen Ebene ansprechen“ (Lang et al. 2011: 124).

Die Vermarktung von Produkten kann direkt vom Leistungsträger und/oder von regionalen Tourismusverbänden erfolgen. Auf Grund der vergleichsweise geringen Akteursdichte und der Angebote ländlicher Gebiete ist zu einer gebündelten und professionalisierten Vermarktung zu raten. Die Vernetzung von verschiedenen Regionen mit verschiedenen Angeboten durch Tourismus- oder auch Landesverbände kann das Interesse von Besuchern erhöhen (vgl. Zeppenfeld 2012a: 75).

3.5.4 Zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung

„Gespräche mit Betrieben und den LAGen haben gezeigt, dass die Spezialisierung der Betriebe auf ausgewählte Zielgruppen ein Erfolgsfaktor ist. Das Wissen um die Gästewünsche und die regelmäßige Rückkopplung mit den Gästen ist die Voraussetzung für ein nachfragegerechtes Angebot“ (OSV 2010: 201). Zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung soll nicht ein allgemeines Rezept hervorbringen, sondern vorhandene Kundeninformationen aus der Marktforschung heranziehen, um das Angebot auf die jeweiligen Zielgruppen zuzuschneiden. Wichtig für die Angebotsentwicklung wäre die Entwicklung von Instrumenten für „Zielgruppen- und Themenpositionierung“. Diese sollen die klare Zuordnung von Urlaubsthemen, -inhalten und -qualitäten auf die Zielgruppen beinhalten. Bei der Entwicklung soll das Urlaubserlebnis authentisch gestaltet und die eigene Identität erlebbar gemacht werden (vgl. Grimm et al. 2012: 40). Bei der Angebotsentwicklung ist außerdem auf ein Angebotsmix zu achten, der den Gästen sowohl passive Besichtigungen als auch aktive Beschäftigungen ermöglicht. Dabei müssen Trends der Nachfrageseite beobachtet und dadurch die Grundbedürfnisse der Touristen gestillt werden.

Wird der Fokus auf mehrtätigen Tourismus gelegt, muss dafür auch das entsprechende Angebot verfügbar sein, wie beispielsweise Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe (vgl. Zeppenfeld 2012a: 74).

3.5.5 Markenbildung und Regionale Produkte

Mit Marken und ihren Werten können sich Kunden und Anbieter identifizieren. Je sympathischer die Marke, desto höher die Identifikation und umso eher wird das konkrete Produkt gekauft bzw. gebucht. Marken können wesentlich zur Bekanntheitssteigerung und zum Imageaufbau touristischer Regionen beitragen. Marken sind dabei mehr als nur ein schickes Logo. Sie müssen vor Ort und beim Gast Identifikation und Sympathie erzeugen und vor allem glaubwürdig sein. Das heißt, sie müssen sich in sämtlichen Aktivitäten der Angebotsgestaltung, im Marketing, in Produkten und vor allem dem Verhalten der Akteure vor Ort widerspiegeln (vgl. BMWi 2013: 37f). Daher obliegt dem Branding-Marketingteam insofern eine besondere Aufgabe, als dass es den individuellen Charme einer Region hervorhebt und der Region im globalen Wettbewerb dadurch eine einzigartige Identität verleiht, um die Region von der Konkurrenz abzugrenzen (vgl. Aaker 1996, Morgan/Pritchard 1998, zitiert nach Flik et al. 2011: 143f;).

Eine Möglichkeit für eine Marke wäre die Erzeugung von regionalen Produkten. „Produkte aus der Region – dieses Thema ist heute so wichtig wie nie zuvor“ (Lehmann/Patron 2012: 91). Studien besagen, dass für den Einzelhandel im ländlichen Raum eine Umsatzsteigerung durch Touristen ein wichtiges Thema darstellt. Durch die Zusammenarbeit der regionalen Produzenten, kann der Lebensmittelhandel verstärkt regionale Produkte anbieten und eine Umsatzsteigerung in diesem Bereich generieren (vgl. Lehmann/Patron 2012: 92).

Dabei erzeugen Klein und mittelständische Unternehmen der Region Produkte unter bestimmten Qualitätsmerkmalen und vermarkten diese zusammen. Die Kaufentscheidung wird mit den Punkten argumentiert, dass die Produkte aus „unserer“ Region kommen, sie Arbeitsplätze schaffen und auf einer nachhaltigen Landwirtschaft basiert (vgl. Lehmann/Patron 2012: 91f).

3.5.6 Qualität und Innovation

Die Qualitätsanforderungen betreffen sowohl das Angebot als auch die Nachfrage, beginnend bei den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Diese fangen mit dem Wandel im Verhalten und Interessen der Nachfrager an. Die Touristen besitzen ein gestiegenes Umweltbewusstsein, dazu kommen der Trend zur Individualität und eine verstärkte Qualitätsorientierung (vgl. Schuler 2012:95). Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss sich das

touristische Angebot an die Veränderungen der Nachfrage anpassen. Daher zählt die kontinuierliche Qualitätsentwicklung zu den Erfolgsfaktoren und ist damit einer der zentralen Aufgaben zur Stärkung des ländlichen Tourismus. Das Thema betrifft alle Glieder der Wertschöpfungskette, von den Beherbergungsbetrieben über die Gastronomie, Produktentwicklung, Angebotsentwicklung bis hin zu der Vermarktung (vgl. OSV 2010: 196).

Um diese Qualität in ländlichen Tourismusregionen sicherzustellen und die bevorstehenden Herausforderungen zu bewältigen, ist die Aus- und Weiterbildung der touristischen Akteure von größter Wichtigkeit, dabei werden sowohl private Betreiber als auch öffentliche Akteure angesprochen. Themen wie die Sensibilisierung der Anbieter für Gästewünsche, die zielgruppenspezifische Angebotsgestaltung, Vermarktungsfragen bis hin zur Art der Kommunikation mit den Gästen müssen in diesen Bildungsmaßnahmen thematisiert werden (vgl. OSV 2010: 196).

Neben dem Qualitätskriterium, in allen Gliedern einer Wertschöpfungskette, sind Innovationen ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die dauerhafte Tragfähigkeit touristischer Einrichtungen. Auf Grund der stetig wachsenden Erwartungen der Gäste, des globalen Wettbewerbs und besonders des geringen Budgets müssen Innovationsprozesse zum festen Bestandteil eines Tourismuskonzepts werden. Dabei werden oft das geringe Budget und ein strukturierter Innovationsprozess als Widerspruch gesehen. Doch besonders Innovationen welche Trends und Zielgruppenanforderungen berücksichtigen und fortlaufend neue Angebote schaffen, verlängern den Produktlebenszyklus spürbar. Zusätzlich entstehen neue Reiseanlässe, welche sowohl Stammkunden als auch Neukunden erreichen können (vgl. BMWi 2013: 36; vgl. Rauch-Beran 2016:18f).

3.6 Auswirkungen

Die Auswirkungen des ländlichen Tourismus lassen sich in ökonomische, ökologische und soziokulturelle Effekte gliedern. Dabei können für jede Dimension sowohl positive als auch negative Effekte beobachtet werden.

3.6.1 Ökonomische Effekte

Als mögliche positive ökonomische Effekte können Beschäftigungs-, Multiplikatoreffekte, der Ausbau der Infrastruktur, die regionalen Entwicklungsimpulse und der damit einhergehender Disparitätenabbau zwischen den verschiedenen Regionen genannt werden (vgl. Job/Weizenegger 2003: 635).

Um die Bedeutung verschiedener Wirtschaftszweige einschätzen zu können, sind die Umsätze eine zentrale Größe, jedoch ist der ökonomische Effekt beim Tourismus schwer aufzuzeigen, da dieser Wirtschaftszweig eine querschnittsorientierte Branche ist (vgl. Eisenstein/Rosinski 2003: 805). Die Verflechtung lässt sich anhand Abbildung 4 nur erahnen.



Abbildung 4: Wirtschaftliche Effekte durch Tourismus; Quelle: dwif 2012 zitiert nach Harrer/Zeiner 2012:24; eigene Darstellung

Von den direkten Ausgaben der Touristen (1. Umsatzstufe) entfällt der größte Anteil auf das Gastgewerbe, gefolgt von Einzelhandel und den übrigen Dienstleistungen. Vor allem aber auf der zweiten Umsatzstufe zeigen sich die vielfältigen Verflechtungen des Tourismussektors mit anderen Branchen. Neben den zahlreichen Handwerksbetrieben und Bauunternehmern, sind hier insbesondere eine Vielzahl von Lieferanten (Wasser, Bäckerei, Energieversorger etc.) anzuführen. Auch die Inanspruchnahme weiterer Dienstleistungen schlägt zu Buche (z.B. Versicherungen, Steuerberater, Werbeagenturen) (vgl. Harrer/ Zeiner 2012: 20f).

Beschäftigungseffekt:

„Die Tourismuswirtschaft ist dienstleistungsorientiert und daher personalintensiv. Zur Befriedigung der Gästebedürfnisse ist ein breit gefächertes Arbeitskräftepotenzial notwendig [sic!]“ (Widmann 2003: 403). Jedoch ist der kleinstrukturierte ländliche Tourismus häufig nicht in der Lage Vollzeit Arbeitsplätze zu schaffen. Die geschaffenen Beschäftigungsmöglichkeiten sind oft nur saisonal und als Teilzeit oder Aushilfe ausgelegt. Zudem werden in der Tourismusbranche meistens nur schlecht oder nichtausgebildete

Arbeitskräfte benötigt, da diese preiswerter sind und den Anforderungen genügen (vgl. Harrer/Zeiner 2012: 23; vgl. Zeppenfeld 2012a: 76).

Steuereinnahmen:

„Investitionen in den Tourismus sorgen nicht nur für Umsatz bei den Unternehmen, sondern die öffentliche Hand profitiert auch durch Steuereinnahmen“ (Harrer/Zeiner 2012: 22). Durchschnittlich 2-3% des touristischen Nettoumsatzes fließen durch Gewerbesteuer, Grundsteuer und anteilige Lohn- und Einkommenssteuer an die Kommunen zurück (vgl. Widmann 2003: 403). Laut einer Studie des Deutschen Landkreistags wird in Deutschland durch den Tourismus ein Bruttoumsatz von rund 73,4 Mrd. Euro bewirkt. Das bedeutet wiederum ca. 1,8 Mrd. Euro Steuereinnahmen durch den Tourismus für die deutschen Kommunen. Diese Berechnung ist sehr vereinfacht und dient nur zur Darstellung der Dimension von Steuergeldern (vgl. Deutscher Landkreistag 2011: 10f).

Investition in die Infrastruktur:

Regionen, die ländlichen Tourismus betreiben, können durch die Einnahmen teilweise die Finanzierung des öffentlichen Verkehrs sicherstellen (vgl. Zeppenfeld 2012b: 125). Durch die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel unterstützen Touristen daher indirekt den Ausbau des öffentlichen Verkehrsnetzes.

Ungenutzte Häuser müssen nicht abgerissen werden, sondern können für den Tourismus saniert und erhalten werden, das Dorfbild bleibt dadurch erhalten. Die Dorfzentren profitieren auch wirtschaftlich davon. Durch die mögliche Innenentwicklung auf Grund der Touristen können Gasthöfe, Cafés und Einkaufsläden rentabel werden (vgl. Zeppenfeld 2012a: 76).

Ein Negativfaktor, welcher den Tourismus aber begleitet, ist die ökologische Belastung durch touristische Infrastrukturen. Bei größer werdendem Tourismusvolumen nimmt der Bedarf an Beherbergungsbetrieben, wie Hotels und Ferienwohnungen und an Ver- und Entsorgungsinfrastrukturen zu. Dies führte zur Beeinträchtigung der ursprünglichen Landschaft und zur Zerstörung der Landschaftsstrukturen. Außerdem entstehen durch den Tourismus auch vielfältige Probleme für die Umwelt. So steigen der Ressourcenverbrauch und der Schadstoffausstoß, um nur einige zu nennen (vgl. Job/Voigt 2003: 853ff).

3.6.2 Ökologische Effekte

Mögliche positive ökologische Effekte des Tourismus (z.B.: Schutz des Naturerbes) sind der Anreiz, Gebiete als Natur- oder Nationalpark oder Schutzgebiet zu deklarieren, um den Tourismus in den Gebieten zu etablieren. Tatsache ist, dass der Naturschutz durch den

Tourismus teilfinanziert wird. Daher kann festgehalten werden, dass ohne den Tourismus die Artenvielfalt, die Kulturlandschaft und besonders die Anzahl sensibler Gebiete zurückgehen würde (vgl. Job/Weizenegger 2003: 635).

Trotz des zum Teil vom Tourismus finanzierten Naturschutzes, konnte der mittelbare und unmittelbare Einfluss auf die Vielfalt der Ökosysteme und ihre Flora und Fauna bewiesen werden. Da sind infrastrukturbedingte Effekte zu nennen, wie die Beeinträchtigung des Landschaftsbildes, der Eingriff in empfindliche Ökosysteme und die Flächenzerschneidung und -versiegelung, aber auch aktivitätsbezogene Effekte wie Verhaltensänderung von Wild in Schutzgebieten, ein erhöhter Ressourcenverbrauch und mehr Verkehr. Diese negative Beeinträchtigung der Natur ist nicht verwunderlich, da der Tourismus oft Regionen und Gebiete erschließt, die vorher keinen großen Belastungen ausgesetzt waren (vgl. Job/Weizenegger 2003: 635, vgl. Schmied et al. 2002: 13f).

3.6.3 Sozio-kulturelle Effekte

Zu den sozio-kulturellen Auswirkungen durch den Tourismus wären einerseits interkulturelle Begegnungen und der Erhalt von kulturellem Erbe, Traditionen und Baudenkmalern hervorzuheben. Andererseits verschärfen sich Effekte wie Akkulturation, Anstieg von Kriminalität, Kommerzialisierung der Gastfreundlichkeit und Tradition und die Segregation zwischen Gewinnern und Verlierern des Tourismus (vgl. Job/Weizenegger 2003: 635).

Solange die Touristenmassen noch im akzeptablen Bereich liegen, schafft der Tourismus Einkommensmöglichkeiten, welche die Lebensqualität verbessern. Darüber hinaus kann Fremdenverkehr direkt und indirekt einen Beitrag zur Erhaltung der Kultur- und Naturlandschaft leisten. Viele periphere Regionen würden ohne die Einnahmen durch den Tourismus ihre kleinteiligen Strukturen nicht erhalten können und sich dem Strukturwandel mit seinen Monokulturen in der Landwirtschaft und großen Supermarktketten anpassen müssen (vgl. Reiner 2007: 41ff).

Die negativen sozio-kulturellen Effekte des Fremdenverkehrs in ländlichen Gebieten haben meist mit einem Wandel der Werte zu tun, was sich wiederum auf das Sozialgefüge auswirkt. Die dörfliche Gemeinschaft und die Familienstrukturen können sich somit verändern, worunter der Charme ländlicher Dörfer leidet (vgl. Ruppert 2001: 134f). Wird dieser Gedanke weitergeführt, ändern sich nicht nur die Werte der Einheimischen, vielmehr geht die eigene Kultur verloren. Das Phänomen der Akkulturation ist vor allem in Urlaubsregionen vorzufinden, wo vermehrt die Gefahr besteht fremde Lebensgewohnheiten und Anschauungen zu übernehmen (vgl. Becker/Job/Witzel 1996: 39ff).

Weiters nimmt die psychische Belastung mit der Anzahl der Touristen zu. Auf der einen Seite stehen die Entspannung und das Sammeln neuer Erfahrungen, auf der anderen Seite die Arbeit als dienende Funktion. Was für die Reisenden ein einmaliges Aufeinandertreffen ist, ist für die Bewohner das Alltägliche. Die unterschiedliche Rollenverteilung zwischen den Einheimischen und den Urlaubern zieht häufig Spannungen nach sich (ebd.).

Die Auswirkungen lassen sich wie folgt zusammenfassen, „Der ländliche Tourismus bringt zusätzliche Kaufkraft in den ländlichen Raum, die Wertschöpfung und Arbeitsplätze schafft und zur Sicherung der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum wesentlich beitragen kann“ (Lehmann/Patron 2012: 93). Durch den Strukturwandel ist der kleinteilige, ländliche Tourismus zu einer wichtigen zusätzlichen Einkommensquelle geworden (vgl. Belitz-Karsch et al. 2010: 145). Die Erfolge des kleinstrukturierten ländlichen Tourismus sollten aber nicht nur an den Umsätzen der direkten und indirekten Effekte gemessen werden. Vielmehr unterstützt der Tourismus in ländlichen Regionen Wirtschaftskreisläufe, indem er lokale Gastronomie-, Gewerbe-, Handelsbetriebe unterstützt, dem Bevölkerungsrückgang entgegenwirkt, zur Aufrechterhaltung und zum Ausbau von regionalen Infrastrukturen und zum Erhalt der Natur und Kulturlandschaft beiträgt (vgl. Hahne 1995: 33f).

3.7 Nationale und regionale Tourismuspolitik in Kroatien

Um das Kapitel Tourismus im ländlichen Raum abzuschließen, ist die Betrachtung der im Kapitel 3.4.5 erwähnten gesetzlichen Rahmenbedingungen vorgesehen. Dabei werden die nationale und regionale Tourismuspolitik nach Bezügen zum ländlichen Tourismus untersucht. Zusätzlich werden die Organisationsstrukturen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene, mit ihren jeweiligen Aufgabengebieten, aufgezeigt.

3.7.1 Nationale Tourismuspolitik

Besondere Aufmerksamkeit sollte der Entwicklung günstiger institutioneller Bedingungen gewidmet werden, um unternehmerisches Interesse und Investitionen im Tourismussektor, insbesondere in Hotels, zu wecken. Es ist auch wichtig, in Sanierungen von Ferienhäusern zu investieren, sowie die Förderung einer langen Wertschöpfungskette in den unzähligen touristischen Destinationen zu fördern. Zu diesem Zweck sollten die verfügbaren Mittel aus den EU-Fonds maximal genutzt werden (vgl. HR-Sabor 2013:19).

Die Aktivitäten sollen darauf abzielen, die produktionstechnischen, institutionellen, organisatorischen und menschlichen Voraussetzungen für die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des kroatischen Tourismus und die Nutzung der Ressourcenbasis auf

den Prinzipien der verantwortungsvollen und nachhaltigen Entwicklung zu gewährleisten (vgl. TZ-SDZ 2016:19).

Trotz all der Schönrederei und den Formulierungen der nachhaltigen Entwicklungen ist nach persönlicher Meinung zwischen den Zeilen zu erkennen, dass sich der Fokus der Ansätze und Maßnahmen an die schon vorhandenen Tourismusdestinationen wendet. Diese befinden sich überwiegend an der Küste, an der keine Spur vom Nachhaltigkeitsprinzip zu finden ist. Der ländliche Tourismus wird nur als Nebenprodukt, im Kontext der Saisonenerweiterung und der Verbesserung des touristischen Angebots, des Badetourismus an der Küste, genannt (vgl. HR-Sabor 2013: 25ff).

3.7.2 Regionale Tourismuspolitik

Zwar wird der Tourismus im ländlichen Raum auf nationaler Ebene nur als Nischenprodukt gesehen (rund 3% des touristischen Umsatzes 2013), die regionale Ebene vertritt jedoch eine andere Ansicht. Bei der Umsetzung der im Hauptentwicklungsplan des Tourismus, der Gespanschaft Split-Dalmatien, definierten Schlüsselschritte, die den Tourismus als eines der wichtigsten Produkte dieses Gebiets definieren, wird besonders die Entwicklung des Kultur- und ländlichen Tourismus hervorgehoben. Das Potenzial der Tourismusedwicklung, auf Grundlage des kulturellen und historischen Erbes und reicher ländlicher Gebiete im dalmatinischen Hinterland, wurde erkannt und als wichtige Determinanten des gesamt-touristischen Konzepts identifiziert. Mit dem ländlichen Tourismus soll ein international wettbewerbsfähiges und wiedererkennbares Produkt geschaffen werden (vgl. TZ-SDZ 2016:21f):

3.7.3 Nationale, regionale und lokale Tourismusebene

Die touristischen Institutionen werden in Kroatien auf drei Ebenen verteilt national, regional und lokal. Die Zentrale des kroatischen Tourismus, welche sich auf oberster (nationalen) Ebene befindet, ist gleichzeitig dem Ministerium für Tourismus unterstellt und weisungsgebunden und somit das ausführende Organ des Ministeriums. Die Kernaufgabe des Ministeriums liegt darin, für die Regionen im Land eine Tourismusstrategie auf nationaler Ebene zu entwickeln. Die Zentrale für Tourismus besitzt zahlreiche Aufgabengebiete nach Sektoren aufgeteilt, wie beispielsweise: Sektor für kooperative Zusammenarbeit, Ausbau des Angebots, Marketing, Marktforschung, Verwaltung von Zweigstellen im Ausland (vgl. HTZ 2017: online; vgl. MINT 2003: 3).

Die regionale Ebene besteht aus 21 regionalen Tourismusverbänden, wie dem Verband der Gespanschaft Split-Dalmatien. Die Aufgaben dieser Tourismusverbände sind vom Gesetzgeber folgendermaßen vorgesehen: Koordinierung aller touristischen Angelegenheiten in der vorgesehenen Region, die Entwicklung und Planung der touristischen Entwicklung in der Region und die Überwachung der Arbeit der lokalen Tourismusverbände. Zusätzlich sollen die regionalen Tourismusverbände Förderungen gemäß der Grundlagen der kroatischen Tourismuszentrale vergeben (vgl. HTZ 2017: online; vgl. MINT 2003: 3f).

Die lokale Ebene gestaltet sich ähnlich wie die regionale Ebene. Dabei sind lokale Tourismusverbände (ca. 380) ebenso wie die regionalen Verbände direkt der Zentrale für Tourismus unterstellt. Die lokalen Verbände beziehen sich auf Gemeinden oder einzelne Städte, daher sind sie kleiner und haben geringere Finanzierungsmöglichkeiten. Die grundlegenden Aufgaben der lokalen Tourismusverbände können wie folgt verstanden werden: Schaffung eines touristischen Angebots, Planung und Entwicklung des Tourismus, Erhaltung des touristischen Raums und die Ausführung administrativer Aufgaben (Führung von Statistiken, touristische Angebote, An- und Abmeldung von Touristen). Werbemaßnahmen sollen dagegen nur für den heimischen Markt durchgeführt werden, soweit dies die Ausführung anderer Aufgaben nicht verhindert (vgl. HTZ 2017: online; vgl. MINT 2003: 2f).

4 Charakterisierung des Untersuchungsgebiets Imotska krajina

Wie auf Abbildung 5 zu sehen ist, befindet sich das Untersuchungsgebiet im südlichen Teil Kroatiens, in der Gespanschaft Split-Dalmatien (rotes Feld). Das orange markierte Gebiet wird Dalmatinska-zagora genannt, was Übersetzt dalmatinisches Hinterland heißt. Wie der Name schon vermuten lässt, liegt dieses Gebiet einige Kilometer von der Küste zum Adriatischen Meer entfernt. Im südlichen Teil dieses Hinterlandes befindet sich das Untersuchungsgebiet, die Region Imotska krajina.

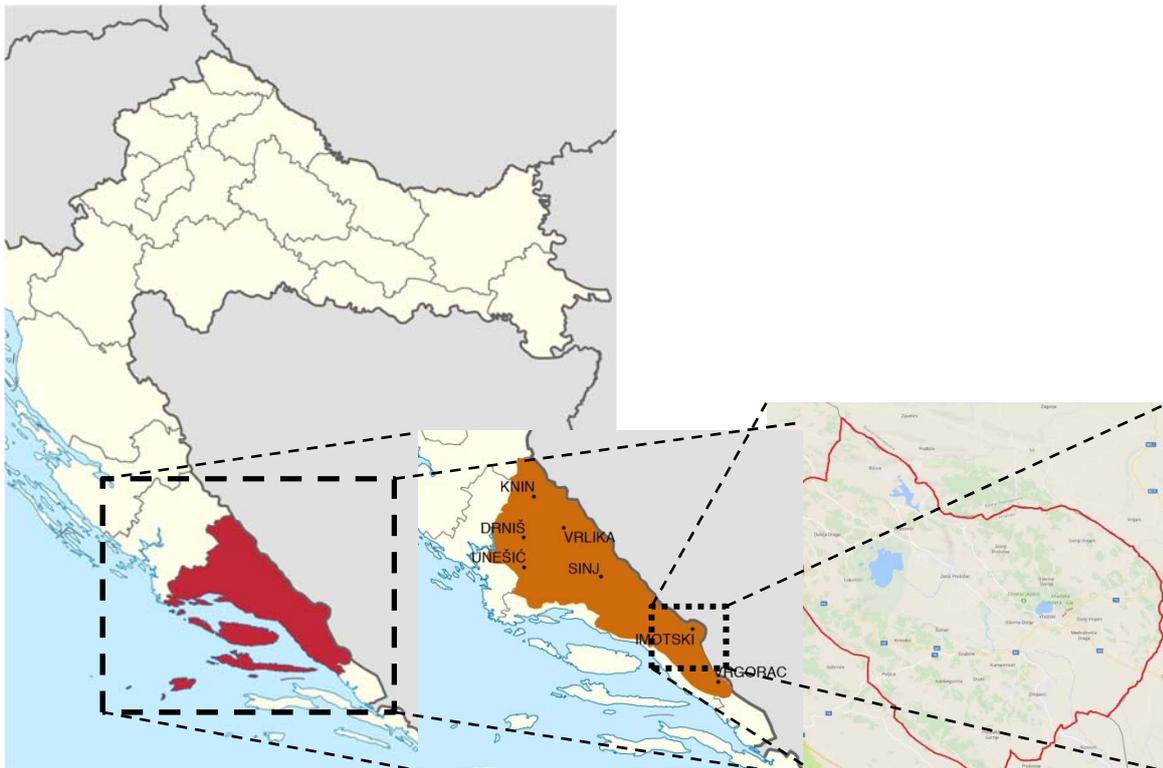


Abbildung 5: Lage des Untersuchungsgebiets; Quelle: Google Maps 2018:online; eigene Bearbeitung

Genauer gesagt liegt das Zentrum des Untersuchungsgebiets 23 km Luftlinie nord-östlich der Stadt Makarska entfernt, welche die nächste größere Stadt in der Gespanschaft ist. In dieser Stadt leben, bei einer Fläche von ca. 38 km², 13.834 Einwohner, dies entspricht einer Dichte von 376 Einwohner/km² ergibt. Dieser Wert ist in Kroatien überdurchschnittlich hoch, aber besonders die kleineren und größeren Städte an der Küste besitzen ähnliche Merkmale. Das Untersuchungsgebiet ist durch das Biokovo-Gebirge von der Küste getrennt, dadurch verlängert sich der Weg nach Makarska, mit motorisiertem Individualverkehr, auf ca. 38km.

4.1 Klima und Vegetation

In Abbildung 6 ist das Biokovo-Gebirge zu sehen. Das Hinterland ist von Karstboden gekennzeichnet, welcher zwei Arten vorweist. Entweder ragt das Gestein bis an die Oberfläche, oder es ist von einer dünnen Schicht Erde bedeckt. In der Mitte des Untersuchungsgebiets erstreckt sich jedoch ein Becken, durch welches der Fluss Vrljika fließt. Dieser stellt den Grund für den fruchtbaren Boden dar. In diesem Gebiet wird der Boden fast zur Gänze für den Ackerbau genutzt.



Abbildung 6: Vegetation Karstenboden in Imotski; Quelle: Kačan 2014: online

4.1.1 Klima

Der Klimatyp an der Küste Kroatiens wird als Mittelmeerklima bezeichnet. „Ein Klima, das durch milde, frostfreie und niederschlagsreiche Winter sowie heiße, trockene Sommer charakterisiert wird“ (GDV 2017: online). Das Untersuchungsgebiet hat ein ähnliches Klima wie die Küstenstädte Kroatiens. Diese Ausprägungen sind anhand der Durchschnittswerte (Temperatur und Niederschlag) in Tabelle 1, der Region Imotska krajina, gut zu erkennen.

	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez		
Temperatur	3,4	4,7	7,5	11,4	16,0	19,6	22,1	21,8	18,2	13,4	8,8	5,1	∅	12,7
min. Temperatur	0,9	1,6	3,7	7,0	11,2	14,7	16,7	16,4	13,2	9,5	5,9	2,6	∅	8,6
max. Temperatur	6,0	8,0	11,5	15,8	20,9	24,6	27,5	27,1	23,1	17,3	11,8	7,6	∅	16,8
Niederschlag	99	96	87	87	77	77	54	60	77	105	150	151	Σ	1120

Tabelle 1: Durchschnittswerte Temperatur/Niederschlag; Quelle: meteostat 2018: online; eigene Darstellung

Das Mittelmeerklima beschränkt sich in Kroatien auf den adriatischen Küstenraum. Zudem kommt es an den Küsten im Winter zu deutlichen Ausprägungen von Starkregengebieten. Zu erwähnen ist noch das „Bora“-Phänomen, welches an der Küste Kroatiens anzutreffen ist. Darunter ist ein Fallwind zu verstehen, der überwiegend in der kalten Jahreszeit auftritt, Geschwindigkeiten bis zu 200 km/h erreicht, einen drastischen Temperatursturz zur Folge hat und bis zu zwei Wochen anhalten kann (vgl. Weber 2002: 28ff).

4.1.2 Vegetation

Kroatiens Vegetation im Küstenraum war einst von Illyrischen Laubwäldern der Antike geprägt. Aufgrund anthropogener Entwaldung ist durch die Besiedelung der Römer in vielen Abschnitten des Küstenraums die Artenvielfalt regressiert. Die Nutzung der Bäume zwecks Schiffbau, Holzkohlegewinnung und Überweidung haben zu einer Ausdünnung der Wälder, sowie zu einer Degradation der damaligen Landschaft geführt (vgl. Jordan 1995: 39). Nichtsdestotrotz besitzen diese Pflanzenformationen eine reiche Artenvielfalt (Große-Holtforth 2017: online):

- Macchie: Mastixstrauch, Erdbeerbaum, Zistrosen, Olivenbaum, Stein- und Korkeiche
- Gargue: Rosmarin, Thymian, Lavendel, Salbei, Brandkräuter
- Zwiebelgewächse: Krokus, Hyazinthen, Schachblumen, Immortellen und Schwertlilien

Der oft anzutreffende karge und steinige Karstboden ist kaum zur Kultivierung geeignet und bietet den aufgezählten Pflanzenarten optimale Bedingungen. Diese immergrüne Buschlandschaft besticht in den Frühlingsmonaten mit ihren vielen Farben und im Sommer mit aromatischen Düften.

4.1.3 Gewässer

Zur Flora und Fauna sind auch noch die Seen in der Region zu erwähnen. Neben den drei bekannten Modro-, Crveno- und Prološko Jezero existieren noch kleinere Seen wie Zeleno Jezero, Dva Oka, Galipovac, Knezovića, Krenica und der künstlich angelegte See Ričicko Jezero.

Die zwei Seen nahe der Stadt Imotski (Modro Jezero und Crveno Jezero) entstanden durch eingestürzte Höhlen im Karstenboden, was keine Seltenheit bei dieser Beschaffenheit des Untergrunds darstellt. Der See Modro Jezero heißt übersetzt Blauer See und kann in den Frühjahrsmonaten eine Tiefe von ca. 100 Meter erreichen. In besonders niederschlagsarmen Sommermonaten, trocknet der See komplett aus und auf dem Grund wird Fußball gespielt.

Crveno Jezero, der Rote See der seinen Name seinen roten Felswänden zu verdanken hat, wird nicht als Badesee genutzt. Auf Grund seiner steilen Wände ist es nicht möglich ohne Bergsteigerausrüstung herab zu steigen (vgl. Neukirchen 2017: online).

4.2 Siedlungsstrukturen

Im Untersuchungsgebiet ist ein bunter Mix verschiedener Siedlungsstrukturen mit größeren Zentren (Abbildung 7 orange markiert) und einzeln abseits gelegenen Hausgruppierungen (Abbildung 7 rot markiert), auszumachen. Um das fruchtbare Becken herum haben sich unregelmäßige Straßendörfer gebildet (Abbildung 7 gelb markiert). Einige der Straßendörfer haben sich zu Haufendörfern entwickelt, Zmijavci, Grubine oder Donji Proložac und bilden heutzutage kleinere Zentren in der Region (Abbildung 7 orange markiert). Sie besitzen, genauso wie die Stadt Imotski, einen Kern mit Verwaltungsgebäuden (Gericht, Postamt).

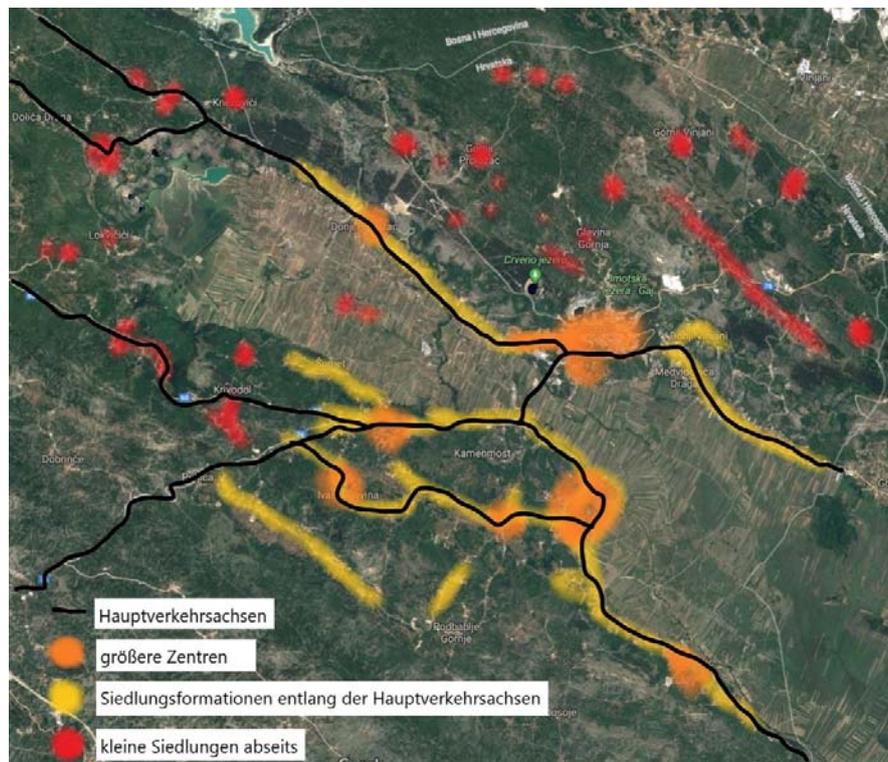


Abbildung 7: Ansiedlung im Untersuchungsgebiet; Quelle: Google Maps 2018: online; eigene Bearbeitung

Durch die Industrialisierung nach dem zweiten Weltkrieg wurden viele alttümliche und traditionelle Steinhäuser modernisiert oder abgerissen und durch neue ersetzt. Nur wenige Steinhäuser haben diese Zeit unbeschadet überdauert, das ist vor allem in den kleinen Dörfern der Fall. Die Ausnahme bildet Imotski wo die meisten, der für die Region traditionellen, Steinhäuser stehen. Diese werden vor allem wegen den Touristen erhalten. Oft sind auch die alttümlichen Behausungen thermisch saniert und von außen kaum noch

von Neubauten zu unterscheiden (Abbildung 8). Zusätzlich hat die Abwanderung zu einer Verwahrlosung einiger Behausungen geführt, welche vor allem in den kleineren Dörfern üblich ist.



Abbildung 8: Gegenüberstellung saniertes/nicht-saniertes Haus; Quelle: Google Maps2018: online

Ist jemand an der Geschichte und Kultur der Region interessiert, wird er im nördlichsten Teil des Untersuchungsgebietes fündig. Hier wird ein Museumsdorf betrieben, welches Einblicke in die Vergangenheit erlaubt. Zu sehen ist die Lebensweise und die Kultur der Menschen und die Bauweise über mehrere Jahrhunderte. Weitere Ethno-Dörfer sind in Lokvičići (Naklo-tavnice) und in Zmijavci (Karoglani) zu finden.

4.3 Demographie

Das folgende Unterkapitel zeigt die demographischen Kennzahlen in den Gemeinden auf. Angefangen mit einem Vergleich zu den Durchschnittswerten in ganz Kroatien konzentriert sich die Arbeit in weiterer Folge auf das Untersuchungsgebiet. Um die Vergleichbarkeit der Statistischen Analyse gewährleisten zu können, wurden die Kennzahlen des Zensus aus dem Jahre 2011 verwendet.

Die Gesamteinwohnerzahl in Kroatien beträgt derzeit ca. 4,2 Mio., auf einer Fläche von 57.000 km², was eine Einwohnerdichte von 73 Menschen pro km² ergibt. Ein Viertel der Einwohner verteilt sich auf die einzigen drei Großstädte in Kroatien (Zagreb, Split, Rijeka), wobei die Stadt Zagreb alleine ca. 800.000 Einwohner zählt. Der Agglomerationsraum um Zagreb ist der am dichtesten besiedelte Raum Kroatiens. Die am dichtesten besiedelten Gebiete an der Küste befinden sich um die Städte Pula, Rijeka, Zadar und Split. Die Bevölkerungsentwicklung ist seit dem Bürgerkrieg Ende des 20. Jhr. negativ, auch die

Sterberate hat die Geburtenrate in dieser Zeit überholt. Die Folge des Bevölkerungsrückgangs ist die Reduktion der erwerbsfähigen Bevölkerung. Es sind, wie in einigen anderen Europäischen Mitgliedsstaaten, also drei Prozesse zu beobachten: die Alterung und die räumliche Polarisierung der Bevölkerung und der natürliche Bevölkerungsschwund (EUROSTAT 2017: online; LZMK 2017: online; vgl. Imotske novine 2001: online).

	Imotski	Prolazac	Podbablje	Lokvicici	Zmijavci	Runovici	SUMME
Zensus 1991	20.092	4.263	4.872	2.382	2.033	2.559	36.201
Zensus 2001	10.213	4.510	4.904	1.037	2.130	2.643	25.437
Zensus 2011	10.764	3.802	4.680	807	2.048	2.416	24.517
Schätzung 2015	10.587	3.464	4.428	665	1.957	2.243	23.344
Fläche (km ²)	58,5	54,5	44,3	28,1	14,0	59,5	258,9
Einwohnerd.	184,0	69,8	105,6	28,7	146,3	40,6	94,7
männlich	5.191	1.671	2.128	333	971	1.151	11.445
weiblich	5.396	1.793	2.300	332	986	1.092	11.899
0-14 Jahre	2.493	791	921	163	434	422	5.224
15-64 Jahre	6.874	2.374	2.962	460	1.289	1.453	15.412
≥65 Jahre	1.397	637	797	184	325	531	3.871

Tabelle 2: Bevölkerungsschätzung der Gemeinden im Untersuchungsgebiet; Quelle: Brinkhoff 2017: online, DZS 2011a: 132ff; eigene Darstellung

Das Untersuchungsgebiet gehört zur Gespanschaft Split-Dalmatien und besteht aus sechs Gemeinden, in denen 2011 ca. 22.100 Bewohner lebten. Die Gemeinden erstrecken sich auf einer Fläche von 199 km², was eine Einwohnerdichte von 111 Einwohnern pro km² zur Folge hat. Mit dieser Dichte gehört das Gebiet zu den „überwiegend ländlichen“ Gebieten in Europa (vgl. Brinkhoff 2017: online). Mit Tabelle 2 werden die Behauptungen aus dem Theoretischen Rahmen bestätigt. Strukturschwache Regionen haben in den letzten Jahrzehnten mit dem Wegzug von Bewohnern zu kämpfen. Bis auf das kleine Zentrum dieser Region, die Gemeinde Imotski, haben alle anderen Gemeinden einen Abgang zu verzeichnen.

4.3.1 Bevölkerungsentwicklung

Genau wie im Großteil Kroatiens und auch der NUTS-3 Region Split-Dalmatien verzeichnet das Untersuchungsgebiet in den letzten Jahrzehnten einen stetigen Bevölkerungsverlust (Tabelle 3). Genau genommen verzeichnet Kroatien selbst erst seit dem Bürgerkrieg eine negative Bevölkerungsentwicklung, dieser Trend setzt sich bis heute fort (vgl. Puljiz 1991: 2; vgl. Brinkhoff 2017: online).

	Zensus 1981	Zensus 1991	Zensus 2001	Zensus 2011	Schätzung 2015
Untersuchungsgebiet	39142	36201	25437	24517	23344
Split-Dalmatien	436.680	474.019	463.676	454.798	452.841
Kroatien	4.601.469	4.784.265	4.437.460	4.284.889	4.190.669

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung Vergleich; Quelle Puljiz 1991: 2ff, Brinkhoff 2017: online; eigene Darstellung

Im Untersuchungsgebiet entspricht die Zahl der Abwanderungen während des Bürgerkriegs nicht den registrierten 11.000, sondern ist viel höher anzusetzen. Diese Tatsache hängt mit der zwischenzeitlichen Ansiedelung von rund 7.000 Menschen aus dem Umland und dem Nachbarland zusammen. Nach diesem Denkansatz kann die Abwanderungszahl zwischen 1991 und 2001 mit rund 18.000 angenommen werden, was rund 50% der damaligen einheimischen Bevölkerung entspricht. Seit 2001 ist die Abwanderung, allerdings nicht mehr so rasant vorangeschritten und die Gemeinde Imotski, das kleine Zentrum dieser Region, verzeichnet sogar einen leichten Anstieg. Diese Entwicklungen bestätigen die Behauptung aus dem theoretischen Rahmen, dass lediglich die ländlichen Zentren aus peripheren strukturschwachen Regionen dem Bevölkerungsrückgang entgegenwirken können.

4.3.2 Altersstruktur

Einige der hier aufgeführten Statistiken beziehen sich auf die EU 27 Staaten, da diese Bevölkerungsverteilung nach Altersgruppen jedoch fast ident mit derer aus Kroatien ist, können die Aussagen auch für Kroatien übernommen werden.

Prognosen zufolge wird sich die Altersstruktur in der EU-27 hin zu einer deutlich älteren Bevölkerungsstruktur verändern (vgl. EUROSTAT 2013: online). Durch die hohe Geburtenrate in der Nachkriegszeit, die niedrigere Geburtenrate zurzeit und die heutzutage längeren Lebenserwartungen, wird ein großer Anteil dieser Generation in den kommenden Jahren den Altersdurchschnitt noch weiter anheben. Entsprechend nimmt der Anteil an Menschen im erwerbsfähigen Alter ab und die Belastungen durch Sozialausgaben steigen weiter an. Zwar repräsentieren die 45-60 Jährigen in der kroatische Alterspyramide einen niedrigeren Anteil, jedoch stimmt die niedrige Geburtenrate mit der von Europa 27 überein, sodass gleiche Folgen anzunehmen sind (vgl. EUROSTAT 2017: online, vgl. PopulationPyramid.net 2018: online).

In Diagramm 1, der Bevölkerungspyramide des Untersuchungsgebiets, lässt sich ein überraschendes Phänomen feststellen. Es ist zwar ein erhöhter Anteil an 40-59 Jährigen ersichtlich, jedoch sind die Anteile der 0-19 Jährigen überdurchschnittlich hoch. Diese Werte sind einer erhöhten Geburtenrate zu verdanken. Jedoch widerspricht dieses Phänomen den aufgestellten Behauptungen für ländliche Gebiete, daher gehört es explizit erwähnt.

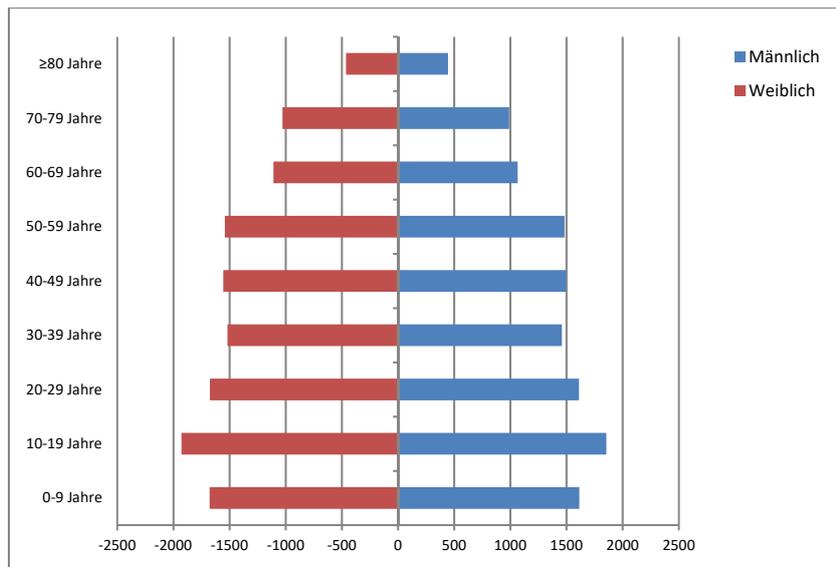


Diagramm 1: Bevölkerungspyramide vom Untersuchungsgebiet 2011; Quelle: PopulationPyramid.net 2018: online; eigene Darstellung

„Die Tatsache, dass überwiegend ländliche Regionen einen relativ niedrigen Altenquotienten, aber einen relativ hohen Anteil von Personen in der Altersgruppe ab 65 Jahren aufweisen, lässt darauf schließen, dass der Bevölkerungsanteil junger Menschen in überwiegend ländlichen Regionen (15,4 %) geringer war als für alle Regionstypen insgesamt (21,1 %)“ (EUROSTAT 2013: online). Das unten angeführte Streudiagramm (Diagramm 2) unterstreicht diese Aussage. Besonders in den bevölkerungsarmen Gemeinden, welche meistens überwiegend ländliche Regionen widerspiegeln, ist das Durchschnittsalter hoch. Das Durchschnittsalter der Gemeinden nimmt mit steigender Bevölkerungszahl ab, jedoch gibt es immer wieder Ausnahmen, wie das Untersuchungsgebiet demonstriert.

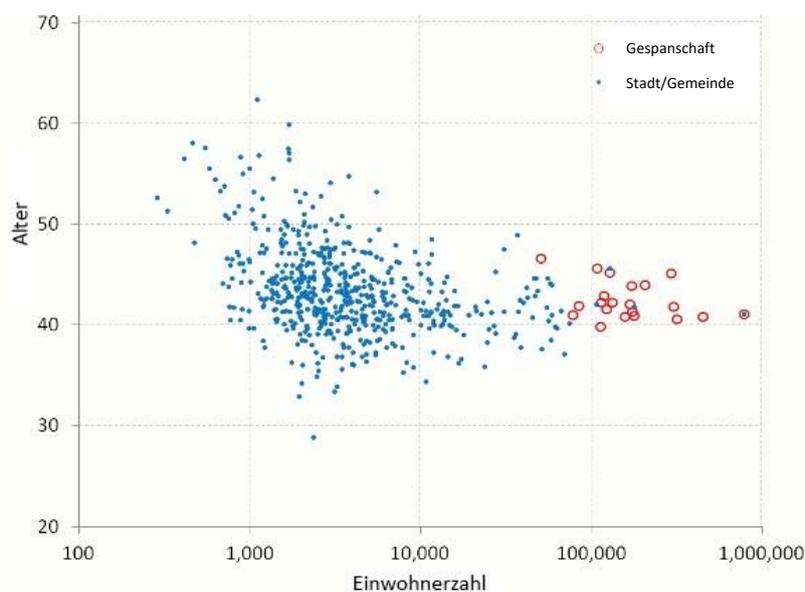


Diagramm 2: Altersverteilung nach Gemeindegrößen 2011; ISZD 2014a: online

4.3.3 Bildung

Seit 1981 wurden im Untersuchungsgebiet 14 Grundschulen (1-8 Klasse) geschlossen. Das ist die logische Schlussfolgerung einer abnehmenden Anzahl der schulpflichtigen Kinder. Derzeit werden im gesamten Gebiet vier Grundschulen bis zur achten und zwei Grundschulen bis zur vierten Klassen geführt. Das heißt, dass die Bildungsinfrastruktur schwach ausgebaut ist und Kinder unter Umständen einen sehr weiten Weg zur Schule haben, da nur noch 6 Grundschulen auf einer Fläche von 259 km² zur Verfügung stehen. Weiters besitzt nur die Stadt Imotski eine Höherbildende Lehranstalt (Maturaabschluss), welche mehrere Ausbildungsrichtungen anbietet. Nach einer Universität wird im Untersuchungsgebiet vergebens gesucht, die nächstgelegene befindet sich ca. 86 km nord-westlich, in der Stadt Split (vgl. Imotske novine 2001: online; vgl. MICROprojekt: 59ff).

Trotz der schlechten Bildungsinfrastruktur besitzt das Untersuchungsgebiet für Kroatien einen überdurchschnittlich hohen Bildungsgrad, das gilt besonders für die Gemeinde Imotski. Diese Tatsache ist hervorzuheben, da das Hinterland der Gespanschaft Split-Dalmatien, zusammen mit dem nord-östlichen Teil Kroatiens, das niedrigste Bildungsniveau des Landes aufweist. Fairerweise muss erwähnt werden, dass vereinzelte Städte im nord-östlichen Teil Kroatiens, genau wie das Untersuchungsgebiet selbst, Ausnahmen darstellen. Die Bildungshochburgen befinden sich in und um Zagreb, der Landeshauptstadt, sowie der Gespanschaft Istrien, im nord-westlichen Kroatien (vgl. ISZD 2014b: online).

Die zwei nachfolgenden Diagramme (Diagramm 3, Diagramm 4) veranschaulichen die Bildungsabschlüsse des Untersuchungsgebiets nach Gemeinden, für die Jahre 2001 und 2011. Dabei muss erwähnt werden, dass die Daten ab dem Alter von 15 Jahren gesammelt wurden. Da sich nach dieser Statistik noch ein Teil der Bevölkerung in der Ausbildung befand, ist von einem höheren Anteil an höher abgeschlossener Schulausbildung auszugehen. Auch wenn diese Tatsache berücksichtigt wird, ist ein positiver Trend der höher werdenden Bildungsabschlüsse zu erkennen. Im Jahr 2001 gab es noch einen deutlich höheren Anteil an Schulabbrechern als heutzutage. Das ist unter anderem dem Umstand geschuldet, dass alte Bewohner ohne richtige Schulausbildung verstorben sind und dafür eine junge an Bildung interessierte Generation nachgekommen ist.

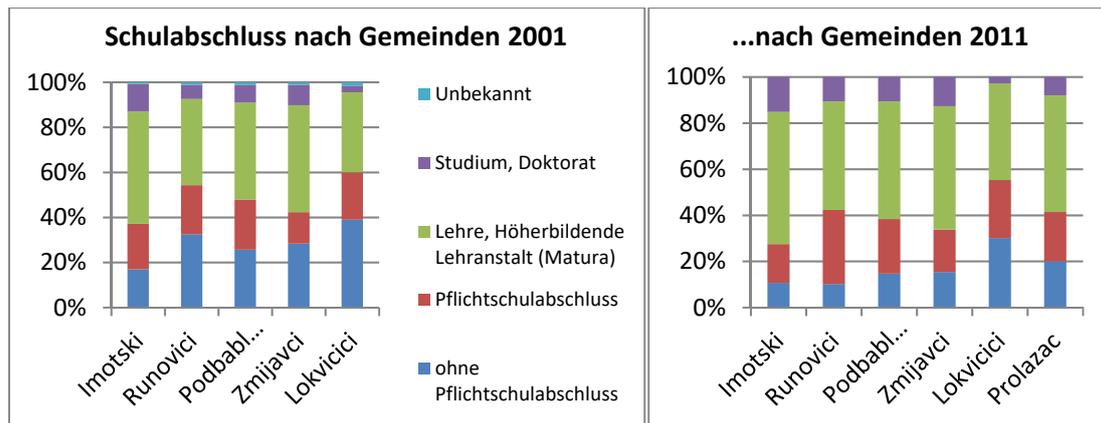


Diagramm 3: Anteil der Schulabschlüsse nach Gemeinden 2001; Quelle: DZS 2001: online; eigene Darstellung
 Diagramm 4: Anteil der Schulabschlüsse nach Gemeinden 2011; Quelle: DZS 2011b: 255ff; eigene Darstellung

Wie bereits erwähnt, senkt die ältere Bevölkerung, vor allem das weibliche Geschlecht, enorm das Bildungsniveau. Da vor Jahrzehnten die Bewohner hauptsächlich in der Landwirtschaft tätig waren, hat die schulische Ausbildung keinen hohen Stellenwert in der Erziehung der Kinder gehabt. Laut Volkszählung 2011 haben heute die 20 bis 30 Jährigen, bis auf wenige Ausnahmen, mindestens einen höherbildenden Schulabschluss (vgl. ISZD 2014c:online).

4.4 Wirtschaft/Ökonomische Lage

Die wirtschaftliche Lage in Kroatien lässt sich allgemein als unterdurchschnittlich bezeichnen. Im Vergleich zu den anderen EU-Ländern ist das BIP pro Kopf (2017) mit nur 11.100 Euro im Jahr pro Person (29.900€ EU Durchschnitt), am unteren Ende der Skala. Da das Einkommen in Städten tendenziell höher ist, kann angenommen werden, dass die Einwohner der ländlichen Regionen noch weniger verdienen. Wird bedacht, dass 11.000 Euro der Durchschnitt sind, so existieren auch Personen, die mit viel weniger Geld auskommen müssen (vgl. statista 2018b: online). Vor allem im Dienstleistungssektor (Friseur, Verkäufer, Wachmann etc.) sind Gehälter von 450 Euro im Monat keine Seltenheit. Die Stadt Zagreb ist die einzige Region Kroatiens, welche ein höheres Einkommen erzielt als der Durchschnittswert des Landes. Die Bewohner der Gespanschaft Split-Dalmatien müssen mit einem Nettoeinkommen um rund 5% unter dem kroatischen Durchschnitt auskommen (vgl. IZFO 2016: online, vgl. mojablaca 2017: online).

4.4.1 Erwerbstätigkeit nach Wirtschaftssektor

Genau wie beim Einkommen befindet sich Kroatien auch bei der Erwerbstätigenquote unter dem europäischen Durchschnitt. Von der Gesamtbevölkerung zwischen 15 und 64 Jahren sind im 3. Quartal 2017 nur 61% erwerbstätig gewesen (vgl. statista 2018c: online).

Trotz der Mehrheit an überwiegend ländlichen Regionen in Kroatien (56% im Jan 2013) betrug der Anteil an erwerbstätigen Personen im landwirtschaftlichen Sektor nur 9,6%, Tendenz weiter absteigend. Der sekundäre Sektor erleidet jährlich kleine Einbußen. Lediglich der tertiäre Wirtschaftssektor wird von Jahr zu Jahr größer (vgl. EUROSTAT 2013: online, vgl. statista 2018d: online).

Diagramm 5 veranschaulicht die Anteile erwerbstätiger Personen. Der tertiäre Wirtschaftssektor repräsentiert, mit rund 75%, den Sektor mit den meisten Erwerbstätigen. Die Ausnahmen stellen die Gemeinden Proložac und Lokvičići dar, in denen der sekundäre Sektor die meisten Erwerbstätigen stellt. Der primäre Wirtschaftssektor ist mit nur einem Prozent vertreten.

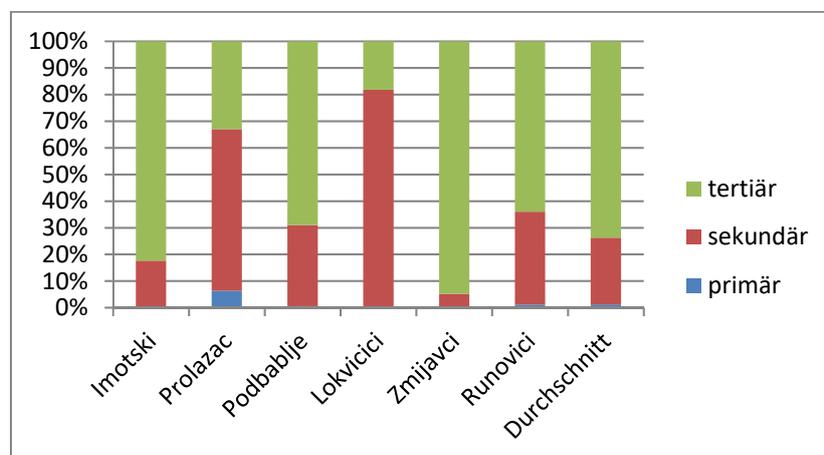


Diagramm 5: Anteil an Erwerbstätigen nach Wirtschaftssektor; Quelle: DZS 2015: 82ff; eigene Darstellung

Weil die Landwirtschaft eine wichtige Basis für den ländlichen Tourismus bildet, Schaffung und Erhaltung der Kulturlandschaft siehe Kapitel 3.1, muss etwas klargestellt werden. Im oben angeführten Diagramm 5 werden nur erwerbstätige Personen der einzelnen Sektoren dargestellt. Der eigentliche Anteil an Haushalten, die im primären Sektor tätig sind, ist wesentlich höher, auch wenn die Landwirtschaft dabei nicht immer die finanzielle Haupteinnahmequelle darstellt. Um die Behauptung zu beweisen wird die Anzahl an Haushalten mit landwirtschaftlichem Ertrag angeführt: Imotski: 1039, Runovići: 425, Podbablje: 857, Zmijavci: 357, Lokvičići: 161, Proložac: 759. Diese Zahlen veranschaulichen wie kleinteilig der primäre Sektor im Untersuchungsgebiet ist. Daher lässt sich schlussfolgern, dass die einzelnen Haushalte gerade einmal so viel Ackerfläche besitzen, um diese alleine bzw. mit den Familienangehörigen zu bewirtschaften, also ohne bezahlte Arbeitskräfte (vgl. DZS 2011a: 132ff; vgl. GEOSTAT 2015: online).

4.4.2 Arbeitslosenanteil

Die Arbeitslosenquote in Europa lag im Jänner 2018 bei durchschnittlich 7,3%. Kroatien befindet sich in dieser Kategorie mit 9,8% im Spitzenfeld, davor sind nur noch Italien (11,1%), Spanien (16,3%) und Griechenland (21%) platziert. Dabei ist aber zu erwähnen, dass der Arbeitslosenanteil in Kroatien seit 2013 stetig abnimmt (vgl. statista 2018a: online). Das besondere an Kroatien ist jedoch der Verlauf des Arbeitslosenanteils im Laufe eines Jahres. Der Anteil an Arbeitslosen nimmt im April ab und hält das niedrige Niveau bis September, wenn es dann wieder ansteigt. Dieses Phänomen ist dem Tourismussektor an der Küste geschuldet. Viele Einwohner Pendeln über den ganzen Sommer hinweg jeden Tag aus dem Hinterland in die Küstenstädte, um einer Tätigkeit im Tourismussektor nachgehen zu können. Dieses Phänomen ist auch im Untersuchungsgebiet zu beobachten (vgl. HZZ 2017: 24).

In der Gespanschaft Split-Dalmatien lag die Arbeitslosenquote 2011 mit 24%, deutlich über dem Durchschnitt Kroatiens. Das Untersuchungsgebiet weist in diesem Jahr eine geringere Arbeitslosenquote als der Durchschnitt der Gespanschaft auf. Insgesamt 21,3% der erwerbsfähigen Personen war zu dieser Zeit arbeitslos (Tabelle 4).

	Imotski	Prolazac	Podbablje	Lokvicici	Zmijavci	Runovici	Gesamt
Bevölkerung 2011	10.764	3.802	4.680	807	2.048	2.416	24.517
Erwerbsfähig (15-64)	6874	2374	2962	460	1289	1463	15422
Arbeitslos	1395	560	676	122	252	286	3291
Anteil Arbeitsloser an Erwerbsfähigen	20,3	23,6	22,8	26,5	19,6	19,5	21,3

Tabelle 4: Arbeitslosenanteil an erwerbsfähigen Personen im Untersuchungsgebiet 2011; Quelle: ISZD 2014c: online; eigene Darstellung

4.5 Verkehrstechnische Infrastruktur

Nach Imotski gelangen Personen mit dem PKW am besten über die Europastraße E65, national auch A1 genannt, welche nebenbei in Malmö anfängt und in Griechenland aufhört. Auf der Europastraße wird Zagreb Richtung süd-westen umfahren. Im Hinterland der Küste angelangt, führt sie parallel zur Küste nach Süden, einige Kilometer an Imotski vorbei. Bei der Abfahrt Zagvozd führt anschließend die Bundesstraße 76 innerhalb weniger Minuten zum Untersuchungsgebiet.

Die Bundesstraße 60 verbindet die größeren Zentren des Hinterlandes (Imotski, Cista Prvo, Trilj, Sinj und weiter Richtung Norden) miteinander und läuft parallel zur Autobahn nach Norden, allerdings einige Kilometer weiter landeinwärts.

Eine andere Möglichkeit um zum Untersuchungsgebiet zu gelangen ist das Flugzeug. Der nächste Flughafen befindet sich auf Brač, einer Insel vor der Küste Kroatiens, 70 km von der Region Imotska krajina entfernt und nur über eine Fähre zu erreichen. Direktflüge von Wien nach Brač existieren nicht, ein Zwischenstopp in Zagreb oder Ljubljana ist einzulegen, um nach Brač zu gelangen. In Mostar, 66 km süd-östlich von Imotski, allerdings in Bosnien und Herzegowina, befindet sich ein weiterer Flughafen und genau wie über Brač muss auch hier mindestens ein Zwischenstopp von Wien, aus meistens in Düsseldorf, eingelegt werden. Hier ist zu hinterfragen, wie sinnvoll diese Entscheidung wäre. Im Falle eines Mietwagens muss darauf geachtet werden, ob dieser über der Staatsgrenze genutzt werden darf. Die sinnvollste Möglichkeit ist daher den Flughafen in Split zu nutzen. Zwar ist dieser fast 100 km entfernt, jedoch befindet er sich in Kroatien und ist lediglich über die Bundesstraße/Autobahn zu erreichen. Zusätzlich existieren hier von Wien aus Direktflüge.

4.5.1 Öffentlicher Verkehr

Nach öffentlichem Verkehr wird im Untersuchungsgebiet vergebens gesucht. In Split existieren ganzjährig einige innerstädtische Buslinien und die wenigen, die ins Umland fahren, haben ihre Endstationen weit weg von Imotski. Die nächsten Linien am Untersuchungsgebiet sind die Linien 68 und 69, diese haben ihre Endstationen in der Gemeinde Sestanovac, welche sich süd-östlich von Split, auf halbem Weg nach Imotski, befindet. Möglichkeiten ohne privates motorisiertes Gefährt ins Untersuchungsgebiet zu gelangen sind per Taxi, Mietwagen oder privat betriebener Reisebusse.

5 Darstellung des Tourismussektors im Untersuchungsgebiet mittels einer vereinfachten Situationsanalyse

Während die benötigten quantitativen Daten durch bereits vorgenommene Erhebungen recherchiert werden können, müssen qualitative Aussagen durch Primäruntersuchungen gewonnen werden, um die derzeitige touristische Situation weiter analysieren zu können. Jedoch würde solche eine praxisnahe Situationsanalyse den Rahmen der Diplomarbeit sprengen. Deshalb wird in der vorliegenden Arbeit der Begriff einer „vereinfachten Situationsanalyse“ verwendet.

„Die Situationsanalyse beschäftigt sich mit der Erfassung und Beurteilung der zu einem bestimmten Zeitpunkt objektiv herrschenden und von den handelnden Individuen wahrgenommenen Bedingungen...“ (Wirtschaftslexikon24 2017: online), für die Diplomarbeit kommt noch ein Punkt hinzu, innerhalb eines räumlich abgegrenzten Gebiets. Dabei wird das Gebiet selbst, „als auch die jeweilige Umwelt, zu der unter anderem Konkurrenten, [...] gehören, analysiert. Am Ende entsteht eine Gegenüberstellung von eigenen Stärken und Schwächen sowie korrespondierenden externen Chancen und Risiken“ (betriebswirtschaftlichen 2015: online). Die Situationsanalyse teilt sich in zwei Phasen auf. Die Bestandsaufnahme der aktuellen touristischen Situation, also die Nachfrage, das touristische Angebot, die Konkurrenz und die Trends, sowie die Bewertung welche in der vorliegenden Diplomarbeit durch den Autor selbst erfolgt.

Aufgrund dieses Vorgehens werden alle Grundlagen gegeben sein, um als Instrument die SWOT-Analyse anzuwenden. Durch diesen Vorgang werden Stärken und Schwächen des Untersuchungsgebiets definiert und Chancen und Risiken der möglichen touristischen Entwicklung ermittelt und tabellarisch dargestellt (vgl. Zimmer et al. 1996: 2).

Durch die bis dahin erhaltenen Ergebnisse des Untersuchungsgebiets, sollten bei den Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken Potenziale hervorstechen, die eine wettbewerbsfähige Tourismusdestination ermöglichen. Im Idealfall werden hier einzigartige Eigenschaften aufgezeigt welche das Gebiet von den Konkurrenten abheben und diese, bei sorgfältiger Planung, einen nachhaltigen wettbewerbsfähigen Tourismus ermöglichen. Dieser Entwicklung nimmt sich Kapitel 7 an.

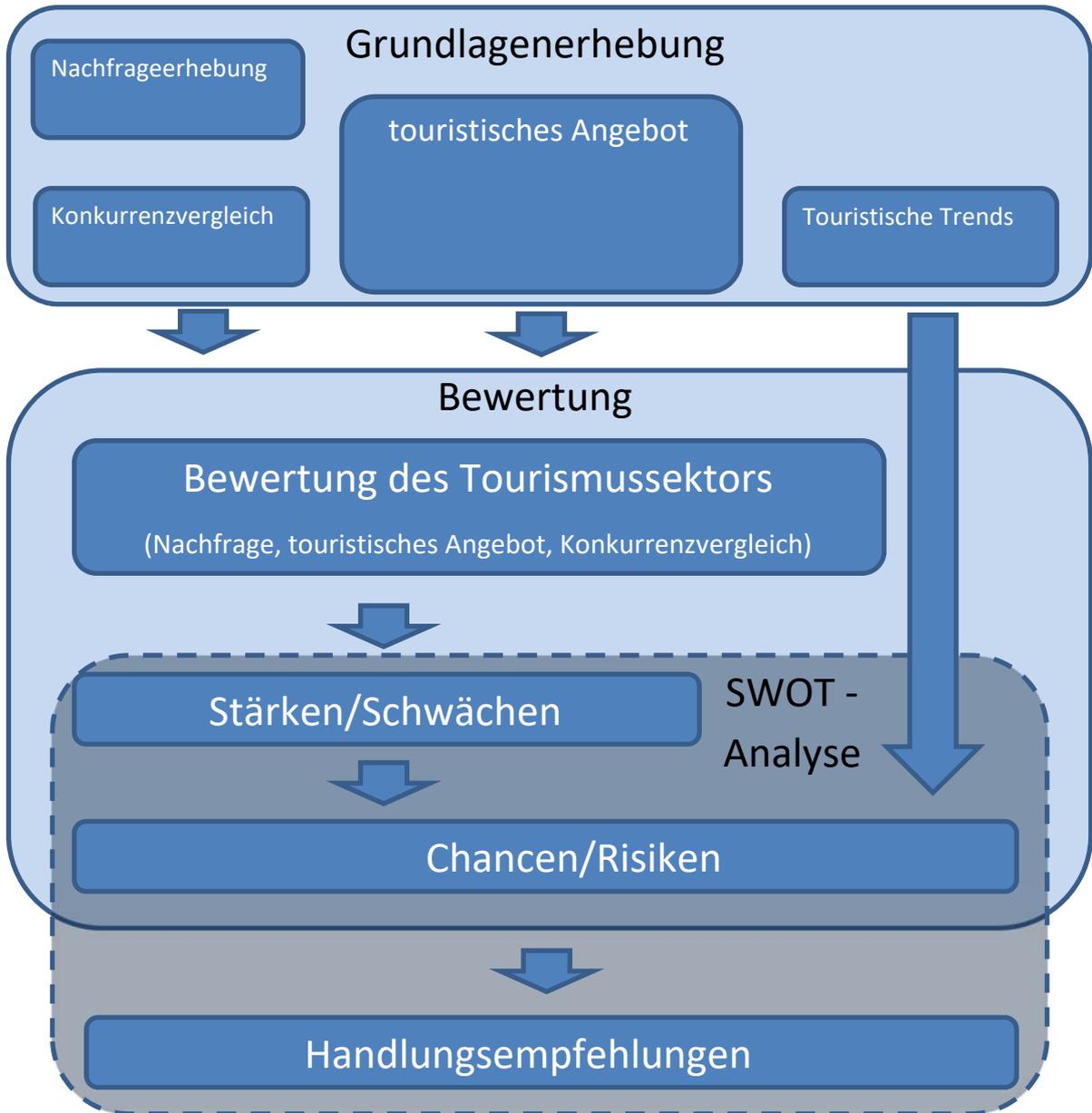


Abbildung 9: Prozess einer Situationsanalyse; eigene Darstellung

5.1 Touristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet

Die qualitativen Ergebnisse einer gründlich durchgeführten Situationsanalyse in Bezug auf die Nachfrageerhebung beinhalten Informationen über Reiseziele, Verkehrsmittelwahl, durchgeführte Urlaubsbeschäftigung, Urlaubsmotive und -erwartungen, Reiseausgaben und Zufriedenheit. Mit diesen Aussagen wäre eine Datenbasis, für eine zielgruppen-orientierte Angebotsentwicklung, gegeben (vgl. Zimmer et al. 1996: 10f). Die Diplomarbeit bedient sich lediglich der Sekundärdatenerhebung, welche die Darstellung von Ankünften, Aufenthaltsdauern, Auslastungen, Tourismusintensität, Saisonalität und die regionale Verteilung im Untersuchungsgebiet ermöglicht. Diese Ergebnisse lassen Schlussfolgerungen

auf die Entwicklung des Tourismussektors, Verteilung der Übernachtungen im Jahresverlauf, Saisonspitzen und die Frequentierung der einzelnen Orte (Gemeinden) zu.

5.1.1 Kennzahlen des Tourismussektors

Tabelle 5 veranschaulicht die touristischen Zahlen im Untersuchungsgebiet. Zur Gemeinde Lokvičiči wurden keine Statistiken in den offiziellen statistischen Dokumenten angeführt. Lediglich drei Unterkünfte konnten online ausfindig gemacht werden und alle drei waren als Ferienhäuser klassifiziert. Daraus lässt sich schließen, dass die Anzahl an Touristen minimal sein muss und deshalb die Zahlen vernachlässigt wurden, wodurch natürlich eine leichte Verfälschung der Daten zur Folge hat.

Die Attraktionen sind im Untersuchungsgebiet überwiegend gleichmäßig verteilt. Aufgrund der Gesamtübernachtungen ist aber naheliegend die Stadt Imotski als touristisches Zentrum dieser Region anzusehen.

	Ankünfte 2016			Übernachtungen 2016		
	Einheimische	Ausländer	Gesamt	Einheimische	Ausländer	Gesamt
Imotska Krajina	2.002	2.895	4.897	4.471	35.726	40.197
Imotski	1.970	1.205	3.175	4.298	18.640	22.938
Lokvičiči	0	0	0	0	0	0
Podbablje	22	758	780	124	7.908	8.032
Proložac	0	379	379	0	4.052	4.052
Runovići	1	24	25	7	144	151
Zmijavci	9	529	538	42	4.982	5.024

Tabelle 5 Übernachtungen nach Gemeinden im Untersuchungsgebiet 2016; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6ff; eigene Darstellung

5.1.2 Ankünfte

Von den Ankünften im Jahr 2016 waren rund 60% der Insgesamt 4.897 Touristen Ausländer (2985 Ankünfte ausländischer Touristen). Auch wenn diese Zahlen einer Tourismusdestination nicht gerecht werden, sind die Zuwächse im Bezug auf das vorherige Jahr (2015) enorm. So wurde eine Steigerung von rund 150% erzielt. Werden die rund 2600 Übernachtungen von 2007 den aktuellen Daten gegenübergestellt, wirken die aktuellen Ankunftsahlen noch beeindruckender. Sie bestätigen die Entwicklung des Tourismus in ländlichen Räumen im Untersuchungsgebiet.

5.1.3 Übernachtungen

Die Gesamtübernachtungen belaufen sich 2016 auf ca. 40.200 Personen pro Nacht, davon fallen insgesamt ca. 35.700 auf ausländische Touristen an. Obwohl im Untersuchungsgebiet

die Anzahl der einheimischen Touristen nur ein wenig kleiner ist gehen die Zahlen bei den Übernachtungen sehr weit auseinander, was wiederum das Interesse der unterschiedlichen Tourismusgruppen widerspiegelt. Das heißt, dass die einheimische Bevölkerung die Region nur als potenzielle Kurzurlaubsdestination sieht, wo hingegen ausländische Gäste hier ihren Haupturlaub verbringen.

5.1.4 Aufenthaltsdauer

Die, im letzten Absatz ausgestellte, Behauptung für das Untersuchungsgebiet lässt sich mit Tabelle 6 bestätigen. Werden die erzielten Ergebnisse in Bezug zueinander gesetzt, ist eine klare Tendenz zu erkennen.

	Einheimische Touristen	Ausländische Touristen
Ankünfte	2002	2897
Übernachtungen	4471	35726
Aufenthaltsdauer	2,2 Tage	12,3 Tage

Tabelle 6: durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6; eigene Darstellung

Aus diesen Zahlen können zwei Schlüsse gezogen werden. Erstens nutzt die einheimische Bevölkerung das Untersuchungsgebiet als Kurzurlaubsdestination, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lässt vermuten, dass diese Gruppe die (verlängerten) Wochenenden zur Durchführung nützen. Im Gegensatz dazu sehen die ausländischen Touristen die Region Imotska krajina als Haupturlaubsziel, das führt zur zweiten Schlussfolgerung. Ein Merkmal, welches die zwei Touristengruppen von einander unterscheidet, ist die Distanz zum Untersuchungsgebiet. Bei kürzeren Distanzen zum Ziel ist die Hemmschwelle niedriger dieses nur für wenige Tage zu besuchen, im Gegensatz dazu nimmt die Hemmschwelle bei größer werdender Distanz zu. Daraus lässt sich schließen, dass ausländische Touristen das Untersuchungsgebiet nicht als Kurzurlaubsziel sehen, sondern als Ziel für den noch traditionellen, langen, Haupturlaub im Sommer.

5.1.5 Auslastung

Da für das Jahr 2016, die zur Verfügung stehenden Betten eruiert werden konnten und die Übernachtungszahlen zur Verfügung stehen, war die Berechnung der Auslastung möglich. Durch die errechneten Schlafplätze (905) des Untersuchungsgebiets, wurden die maximal möglichen Übernachtungszahlen für das Gebiet errechnet. Um die Auslastung über das ganze Jahr zu erhalten, werden die tatsächlich getätigten Übernachtungen mit den maximal möglichen dividiert. Daraus ergibt sich über das ganze Jahr verteilt ein Auslastungsgrad von rund 12%, im Sommer natürlich ein höherer.

5.1.6 Saisonalität

Da bei der Recherche öfter zu lesen war, dass im Untersuchungsgebiet die touristische Hauptsaison auf die Sommermonate fällt, ist in diesem Zeitraum die Auslastung der Beherbergungsbetriebe wesentlich höher einzuschätzen, als in den restlichen Monaten. Dieser Aspekt hängt einerseits mit dem Wetter zusammen, da der Großteil der Mittelmeer-Touristen ihren Haupturlaub in den wärmeren Monaten durchführt, andererseits spiegelt diese Tatsache auch das touristische Angebot wieder. Kommen in den kühleren Monaten keine Gäste in die Region, fehlt es der Region an Anziehungskraft und diese wird eben durch das Angebot (Attraktionen, Suprastruktur etc.) definiert. Um es deutlich auszudrücken, dem Untersuchungsgebiet fehlt es an ganzjährigen touristischen Attraktionen. Die Behebung dieses Defizits kann nur gemeinsam durch ein durchdachtes Konzept der kommunalen Akteure und nicht von privaten Akteuren alleine behoben werden.

5.1.7 Regionale Verteilung

Wie schon erwähnt verteilen sich die touristischen Attraktionen und die touristisch interessanten natürlichen Ressourcen gleichmäßig über das ganze Untersuchungsgebiet, jedoch ist diese Tatsache beim Thema Übernachtungsangebot anders. Der Großteil der Beherbergungsbetriebe sollte sich in der Gemeinde Imotski befinden, auf diesen Umstand lassen die Ankunfts- und Übernachtungszahlen schließen.

	Gemeinde Imotski		restliche Gemeinden	
	Einheimische	Ausländer	Einheimische	Ausländer
Anteil Ankünfte	98%	41%	2%	59%
Anteil Übernachtungen	96%	52%	4%	48%

Tabelle 7: regionale Verteilung der Touristen im Untersuchungsgebiet; eigene Berechnung; eigene Darstellung

Tabelle 7 weist auf, wie deutlich sich die Gemeinde Imotski als touristisches Zentrum der Region Imotska krajina hervorgetan hat. Anzumerken ist aber, dass einheimische Touristen überwiegend die Gemeinde Imotski als Zentrum ihrer Reise auswählen, wohingegen ausländische Touristen im ganzen Untersuchungsgebiet verteilt sind. Das kann daran liegen, dass die erstgenannten Touristen ihre Kurzurlaube in Abstimmung zu bestimmten Events planen, welche überwiegend in der Stadt Imotski stattfinden. Ausländische Touristen hingegen halten sich länger im Gebiet auf, sind nicht nur an bestimmten Attraktionen/Veranstaltungen, sondern am gesamten Angebot der Region interessiert. Dieses verteilt sich auf das ganze Gebiet gleichermaßen.

5.1.8 Tourismusintensität im Untersuchungsgebiet

Als Maßzahl für die Bestimmung der Tourismusintensität dient die Relation Übernachtung zu Einwohnern. Befasst sich nur ein kleiner Teil der Bevölkerung mit dem Tourismus, können die Auslastungszahlen der jeweiligen Akteure hoch sein, obwohl die Tourismusintensität in diesem Gebiet als niedrig einzustufen ist. Umgekehrt gilt dasselbe. Eine hohe Intensitäten in einem Gebiet sagt also nichts über einzelne Akteure aus, sie setzt lediglich die gesamte Bevölkerung in Bezug zu getätigten Übernachtungen der Touristen.

	Bevölkerung 2011	Fläche in km ²	Übernachtungen Gesamt 2016	Übernachtungen pro Einwohner
Kroatien Gesamt	4.284.889	56.542	78.049.852	18,2
Splitsko Dalmatinska Zupanija	454.789	4.540	14.880.891	32,7
Makarska	13.834	38	1.359.738	98,3
Imotska Krajina	24.517	259	40.197	1,6

Tabelle 8: Touristische Statistik für die Gespanschaft Split-Dalmatien; Quelle: Brinkhoff 2017: online, TZ-SDZ 2017: 2ff; eigene Darstellung

Die vorliegende Intensität liegt weit unter dem Durchschnitt Kroatiens, 18 Übernachtungen pro Einwohner im Jahr, daher kann die im Untersuchungsgebiet vorliegende Tourismusintensität, mit 1,6 Übernachtungen pro Einwohner im Jahr, als niedrig bezeichnet werden, siehe Tabelle 8 und Diagramm 7. Obwohl sich die Küstenstadt Makarska nur unweit (ca. 30km) von der Stadt Imostki, dem Zentrum des Untersuchungsgebiets, befindet, fallen bei dieser 98 Übernachtungen auf einen Einwohner. Anhand der Tourismusintensität im Makarska wird deutlich sichtbar, wie sehr das Leitthema „Strand- und Badetourismus“ Kroatiens Tourismussektor dominiert (Diagramm 6).

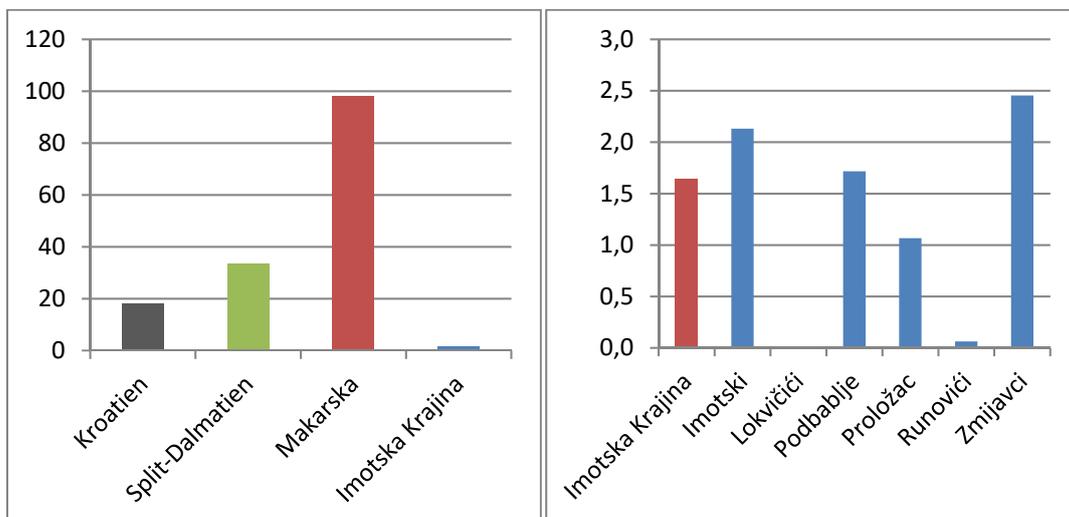


Diagramm 6: Tourismusintensität 2016 (Kroatien); Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung
 Diagramm 7: Tourismusintensität 2016 (Imotska krajina); Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung

Wird das Untersuchungsgebiet ländlichen Gemeinden im Hinterland Istriens (Žminj, Buzet, Motovun), welches sich an der nördlichen Küste Kroatiens befindet, gegenübergestellt, so wird der Unterschied der Tourismusintensität deutlich erkennbar. Die erwähnten Gemeinden verzeichnen im Durchschnitt ca. 14 Übernachtungen pro Einwohner und Jahr. Diese Tatsache ist nicht weiter schlimm, sie soll nur das noch verfügbare Potenzial darstellen, wobei das Ende der Möglichkeiten da auch noch nicht erreicht ist (vgl. Brinkhoff 2017: online, vgl. TZ-SDZ 2017: 2ff, vgl. TZ Istra 2017: 23).

5.1.9 Zusammenfassung

Die Ergebnisse der Nachfragebewertung fließen in die Stärken/Schwächen-Analyse mit ein, dazu ist folgendes anzumerken. Grundsätzlich liefert das Untersuchungsgebiet, im Hinblick auf die Nachfrageauswertung, ein positives Ergebnis ab. In den letzten Jahren entwickelte sich das Interesse, sowohl ausländischer als auch inländischer Touristen, zu Gunsten des Gebiets. Die Region wird zunehmend als Urlaubsdestination wahrgenommen, das bestätigen die Ankunfts- und Nächtigungszahlen. Trotzdem befindet sich die Region unter dem kroatischen Intensitätsdurchschnitt, diese Tatsache ist aber nicht weiter schlimm, da sich der Tourismus im ländlichen Raum nicht mit den Übernachtungszahlen der Küstengebiete, und dem darin vorherrschenden Massentourismus, vergleichen muss. Werden aber Vergleiche mit anderen ländlichen Regionen gezogen, ist trotzdem ein Nachholbedarf zu sehen. Die Gemeinden im Hinterland der Gespanschaft Istriens sollen dabei als Vorbild dienen, da der dortige Tourismussektor besser ausgebaut ist, was unter anderem an den Übernachtungszahlen zu sehen ist. Bei der Auswertung der Saisonalität und der regionalen Verteilung wird dem Untersuchungsgebiet derzeit ein negatives Zeugnis ausgestellt. Da die touristische Entwicklung erst am Anfang zu sein scheint, ist das Potenzial sowohl in den Sommermonaten, als auch in den Wintermonaten noch nicht ausgeschöpft. An den statistischen Daten ist aber klar zu erkennen, dass der Tourismus im Sommer in der Region um ein Vielfaches stärker ist als im Winter. Den Akteuren muss klar werden, wenn sich das Untersuchungsgebiet langfristig wettbewerbsfähig aufstellen will, ein ausgewogenes Angebot im Sommer als auch im Winter der Grundstein einer touristischen Entwicklung sein muss. Zusätzlich muss das Angebot an die Erwartungen und Bedürfnisse, der im Vorhinein definierten Zielgruppen, entwickelt werden.

5.2 Touristisches Angebot im Untersuchungsgebiet

Zur Bildung eines Gesamteindrucks des gesamten touristischen Angebots im Untersuchungsgebiet, wurden sowohl die aufbereiteten Daten aus dem Kapitel 4,

Charakterisierung des Untersuchungsgebiets, als auch Daten zum touristischen Angebot, welche im folgenden Kapitel zusammengefasst werden, verwendet.

Da die Diplomarbeit eine vereinfachte Situationsanalyse vorsieht, wurde nur eine Sekundärdatenerhebung vorgenommen. Alle unten angeführten Punkte wurden hinsichtlich ihrer Qualität und Quantität untersucht, sodass eine objektive Bewertung möglich war. Die Gruppierung, der einzelnen Parameter des touristischen Angebots, wurde an die Definition von Müller angelehnt, siehe (Abbildung 10).

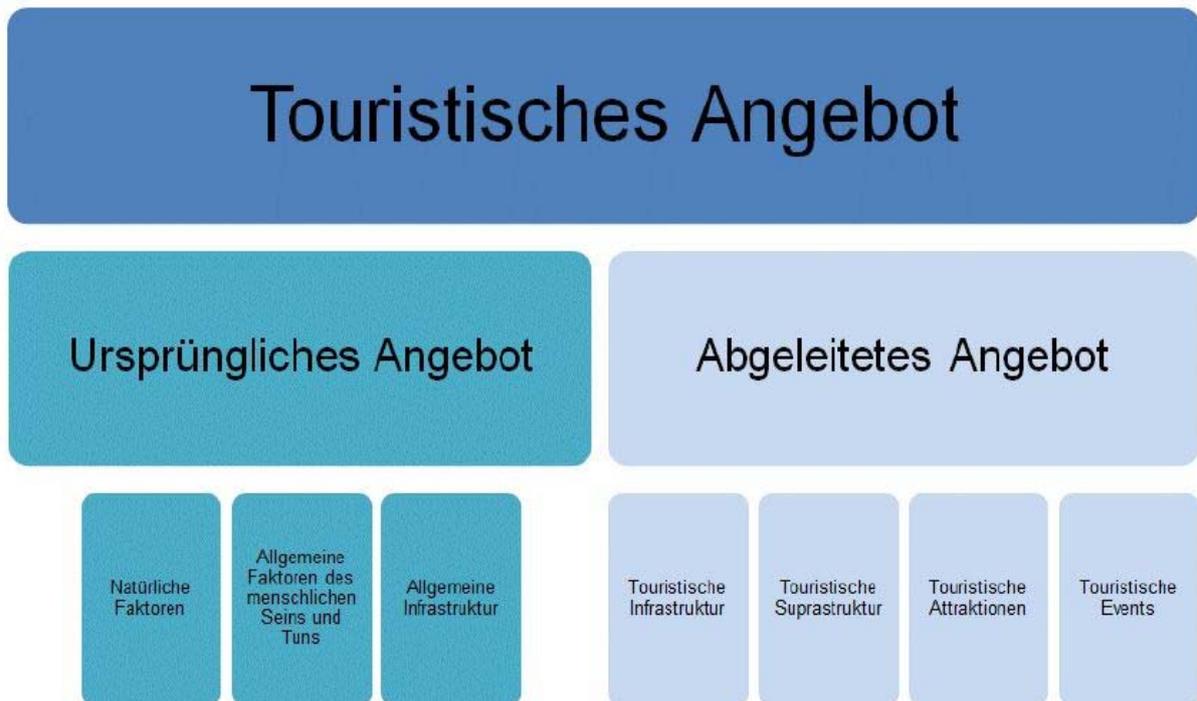


Abbildung 10: Touristisches Angebot; Quelle: Müller 2008: 136ff

Unter den Begriff des ursprünglichen Angebots werden „alle jene Faktoren, die in ihrem Wesensgehalt keinen direkten Bezug zum Tourismus haben, durch ihre Anziehungskraft auf Touristen jedoch zu touristischen Objekten werden“, zusammengefasst (Müller 2008: 135).

Das abgeleitete Angebot wird von den touristischen Bedürfnissen abgeleitet. Es umfasst entsprechend „alle jene Objekte und Leistungen, die speziell im Hinblick auf die touristische Bedürfnisbefriedigung entstanden sind bzw. betrieben werden“ (Müller 2008: 136), jedoch ist nicht ausgeschlossen, dass die einheimische Bevölkerung davon auch gebraucht macht (vgl. ebd.).

Das Datenmaterial einer praxisnahen Angebotsanalyse besteht aus einer Mischung von Sekundär- und Primärdaten. Zu Sekundärdaten zählen beispielsweise Auswertungen von statistischen Daten, die Zusammenfassungen von strategischen Entwicklungsplänen oder Sammlung von Daten der dort existierenden Tourismusverbände und -büros. Im Idealfall

sind eine Ortsbegehung sowie Expertengespräche ein Teil der Primärdaten, jedoch sieht die Diplomarbeit lediglich eine vereinfachte Situationsanalyse vor, daher wird weitestgehend auf Primärerhebungen verzichtet.

Aber bevor in der Diplomarbeit näher auf das touristische Angebot des Untersuchungsgebiets eingegangen wird (zweiter Punkt der Situationsanalyse), will der Autor auf den derzeitigen Zustand des gesamten kroatischen Tourismussektors aufmerksam machen, da sich dieser im Untersuchungsgebiet größtenteils widerspiegelt.

5.2.1 Ist-Zustand des kroatischen Tourismussektors

Die Übernachtungen ausländischer Touristen haben sich von 5 Mio. 1970 auf fast 40 Mio. 1989 gesteigert. Zwischenzeitlich verspürte der Tourismussektor, in den Jahren des jugoslawischen Bürgerkriegs 1991-1995, durch immer wiederkehrende kriegerische Ereignisse, Einbrüche. Erst ab 1996 ist es langsam zu einem Erholungsprozess gekommen, an dem auch die dalmatinische Küste und nicht nur der Norden (Istrien), wie in den 70er und 80er Jahren, teilgenommen hat (vgl. Jordan 1998: 302f).

Im Gegensatz zu den natürlichen, historischen und kulturellen Gütern ist der Ist-Zustand der touristischen Infrastruktur und der touristischen Attraktionen mager. Sowohl im quantitativen als auch im qualitativen Bereich hinkt Kroatien beliebten Tourismusdestinationen hinterher. Kongresszentren sowie Themenparks sind meist veraltet und erneuerungsbedürftig, Themenstraßen sind ohne Konzept abgesteckt, ganzjährige touristische Konzepte fehlen, die Qualität (Beschilderung, Sicherheit) der Fahrradrouten ist zu bemängeln und das begleitende Angebot entlang der Routen fehlt. Diese und weitere Merkmale des touristischen Angebots stellen unzureichende Bedingungen für eine Erweiterung des kroatischen Tourismus in Form ganzjähriger Angebote, international wiedererkennbarer Produkte und Leistungen dar.

Der öffentliche Verkehr in den touristischen Destinationen ist nicht ausreichend, aber besonders der Schienenverkehr hat in den letzten Jahrzehnten gelitten. Auf die Modernisierung von Zügen und die Instandhaltung des Bahnnetzes wurde kein Wert gelegt, die Folgen sind ein schwach ausgebautes Bahnnetz und niedrige Geschwindigkeiten der Züge. Aus diesen Gründen ist die Bahn für den touristischen Verkehr unbedeutend, obwohl sie heute einer der umweltfreundlichsten Reismethoden darstellt (vgl. HR-Sabor 2013:5ff).

Das Versäumnis der Modernisierung und Erweiterung touristischer Infrastrukturen lässt sich auf den Bürgerkrieg in den 1990er Jahren zurückführen. Die Wende begann im neuen Jahrtausend, als Investitionen in die Erhöhung der Kapazitäten und der Qualität der Tourismusdestinationen getätigt wurden. Somit kann zusammengefasst werden, dass sich

Kroatien 10-15 Jahre hinter den führenden Tourismuszielen Europas (Spanien, Italien, Griechenland) befindet. Erst in den letzten Jahren wurde das Potenzial der kulturellen Güter, der vielfältigen Landschaften und der regionalen Produkte erkannt und in die nationale Tourismusplanung aufgenommen. Was aber noch nicht bedeutet, dass damit der Tourismus in ländlichen Regionen in den Vordergrund rückt. Dieser hat 2013 nur rund 3% des gesamten Tourismusaufkommens ausgemacht. Auf Grund des geringen Volumens und dem auf kurze Sicht daraus resultierenden Ertrags, entwickelt sich der kroatische ländliche Tourismussektor sehr langsam (vgl. HR-Sabor 2013:19).

5.2.2 Natürliche Faktoren

Die natürlichen Faktoren, wie der Name schon sagt, sind Faktoren welche nicht von Menschen geschaffen wurden (Seen, Wälder etc.) bzw. nicht direkt beeinflusst werden können (Klima etc.).

Das Erleben einer intakten Natur und Umwelt ist für Touristen im Urlaub in ländlichen Gebieten von großer Bedeutung. Somit ist dieser Punkt entscheidend für die Urlaubszufriedenheit. Daher tragen die soeben genannten natürlichen Faktoren einen großen Teil zum Potenzial einer Tourismusdestination bei und werden deshalb auch untersucht.

Lage des Untersuchungsgebiets

Das Gebiet befindet sich im Süden Europas, am Adriatischen Meer. Im Gegensatz zu anderen beliebten Reisezielen, wie Spanien und Griechenland, hat Kroatien den Vorteil nahe an den Quellländern zu liegen. Diese Nähe zu Mitteleuropa kann als positiv bewertet werden, da die Reise mit dem eigenen PKW sehr beliebt ist und diese Entfernung damit überbrückt werden kann. Der Nachteil dabei ist, dass sich in Kroatien selbst, nämlich die Gespanschaft Istrien, eine konkurrierende Region befindet, welche nördlich des Untersuchungsgebiets angesiedelt ist, und im Bereich Tourismus im ländlichen Raum weiter entwickelt ist. Die Touristenströme der letzten Jahre deuten aber darauf hin, dass der Markt genug Potenzial für beide Regionen bietet.

Klimatische Verhältnisse

Wie von Ländern im Mittelmeerraum zu erwarten, ist das Klima für den Sommertourismus optimal geeignet. Auch wenn dieses im Untersuchungsgebiet etwas milder als an der Küste ist, sind die Voraussetzungen bestens. Die Niederschlagstage sind minimal und die Sonnenstunden ausreichend.

Auch wenn der Tourismus außerhalb der Sommermonate quasi nicht vorhanden ist, muss der Zeitraum von Oktober bis Mai ebenfalls betrachtet werden und da ist das Klima nur

suboptimal. Niederschläge im Winter können teilweise heftig ausfallen, jedoch sind die Temperaturen im Winter, im Gegensatz zu denen in Mitteleuropa, um einige Grad Celsius höher. Genauso wie sich milde Temperaturen positiv auswirken können, können sie negative Folgen mit sich bringen, denn Wintertouristen werden von Schneemassen angezogen. Es schneit nicht oft und wenn, bleibt der Schnee, auf Grund der Temperaturen, nicht lange liegen.

Der Gesamteindruck soll sich auf das ganze Jahr beziehen. Da derzeit der Sommertourismus überwiegt, wird demnach eine Gewichtung auf die Sommermonate gelegt. Daher ist der Gesamteindruck des Klimas sehr positiv, mit der Randnotiz, dass im Winter das Angebot Alternativen zum Schifahren bieten muss, wenn eine Saisonverlängerung angestrebt werden soll.

Gewässer

Im Untersuchungsgebiet sind einige kleine Seen vorhanden, auch ein kleiner Fluss zieht sich durch das ganze Gebiet und die Entfernung zum Meer ist minimal. Einige der Seen wie der Modro Jezero, sowie der Fluss Vrljika, können zum Baden genutzt werden. Die meisten Seen im Gebiet sind aus eingestürzten unterirdischen Karsthöhlen entstanden und einer davon, Crveno Jezero, ist der größte und tiefste so entstandene See Europas.

Auch wenn die meisten dieser Gewässer kleinere Dimensionen annehmen, ist das Angebot für diese Fläche ausgesprochen gut.

Landschaft und Vegetation

Die Vegetation ist auf Grund der Lage, des Klimas und menschlicher Bewirtschaftung, an einigen Stellen karg. Trotzdem herrscht eine artenreiche Vielfalt, die eben in ihrer Quantität nicht so ausgeprägt ist.

Die Landschaft dagegen ist sehr ansprechend, das Gebiet ist hügelig und wechselt zwischen kargem Karstboden, bewirtschafteten Ackerflächen und immergrüner Flora. Besonders in der Blütezeit, im Frühling und im Spätherbst, ist die Landschaft wunderschön. Der Gesamteindruck wird aber von regelmäßig vorkommender verwahrloster Landschaft negativ beeinflusst.

Tier- und Pflanzenwelt

Die Tier- und Pflanzenwelt ist genauso wie die Landschaft, mit dem Klima und dem menschlichen Handeln verknüpft. Nehmen Menschen einen Raum für sich ein, weicht die Tierwelt zurück. Zwar ist die Vielfalt kleinerer Tiere wie Vögel, Füchse oder Hasen gegeben, jedoch muss angemerkt werden, dass diese in den letzten Jahrzehnten abgenommen hat. Genauso sieht es bei der Pflanzenwelt aus. Zwar ist hier das Meiste dem Klima geschuldet,

das ändert aber nichts am Fakt, dass die Vielfalt nicht mehr diejenige früherer Zeiten ist. Die Tier- und Pflanzenwelt ist mit ihrer Vielfalt trotzdem noch sehenswert und positiv zu bewerten.

5.2.3 Allgemeine Faktoren

Genau wie die natürlichen Faktoren bilden die allgemeinen Faktoren das Grundgerüst des Tourismussektors im Untersuchungsgebiet. Allgemeine Faktoren spiegeln alltägliche Merkmale des Lebens in der Region wieder, viele davon sind für die einheimische Bevölkerung nicht der Rede wert, aber interessant für Außenstehende. Die traditionellen Steinhäuser, das Zentrum der Stadt Imotski, die Bräuche und die Musik sind alles Eckpfeiler des touristischen Profils.

Siedlungsstrukturen/Bausubstanz der Gebäude/Architektur

Die länglichen Siedlungsstrukturen, die sich, meistens entlang der Hauptverkehrsachsen, entwickelt haben, sind für den Tourismus nicht besonders geeignet. Durch ihre längliche Form existieren keine echten Zentren in den kleineren Dörfern, aufgrund dessen liegen die Sehenswürdigkeiten weit entfernt voneinander. Eine Ausnahme stellt die Stadt Imotski dar, welche ein Zentrum mit öffentlichen Einrichtungen, einer Kirche, kleineren Kaffeebars und anderen interessanten Einrichtungen aufweist. Die Stadt ist eine touristische Sehenswürdigkeit an sich, auch wenn der hohe Anteil an altertümlichen Steinhäuser unter anderem der Inszenierung der Region, für den Tourismus, dient. Das Zentrum der Stadt besteht vollkommen aus Steinhäusern, sowie der Großteil des Bodenbelags.

Die kleinen Dörfer im nördlichen und westlichen Teil des Untersuchungsgebiets spiegeln die frühere Lebensweise deutlich wieder. Hier haben sich Familien-Clans in kleinen Gemeinschaften zusammengewürfelt, voneinander profitiert und zusammen gelebt. In diesen Dörfern ist die Gebäudesubstanz unter dem Durchschnitt, wobei dieser hoch angesetzt ist. Immer wieder sind traditionelle Steinhäuser zu finden, mal in gutem Zustand mal weniger, trotzdem ist diese Tatsache hervorzuheben.

Zusammenfassend kann behauptet werden, dass die Siedlungsstrukturen nicht die besten Voraussetzungen, für Tourismus bieten, jedoch macht der Charme, der häufig anzutreffenden traditionellen Steinhäuser, die Defizite wett.

Faktoren des menschlichen Seins und Tuns

Generell wird in Kroatien das Brauchtum groß geschrieben, genauso im Untersuchungsgebiet. In der kleinen Region existieren einige Folklore die zur Aufgabe die Weitergabe von Bräuchen, Musik und Tanz haben. Die Mentalität der Einwohner unterscheidet sich von der der Mitteleuropäer. Die Einwohner wirken gelassener, ruhiger und

ausgeglichener. Das Motiv „Geld“ spielt hier eine nicht so große Rolle, vielmehr Bedeutung schenken die Einwohner der Ruhe und der Gesundheit. Diese Unterschiede können natürlich zu Missverständnissen, und bei Touristen zu Unwohlsein führen. Beispielsweise beim Einkaufen an der Kassa, oder im Restaurant bei ungewohnt langen Wartezeiten.

Die Menschen sind auch offen und hilfsbereit gegenüber anderen. Dazu kommt noch, dass das Untersuchungsgebiet nicht von Touristen überschwemmt ist, daher sind Urlauber gerngesehene Gäste und die Kommunikation geschieht auf einer viel persönlicheren Ebene als beim Massentourismus. An der Küste schaut die Sachlage ganz anders aus, weil die Akteure im Tourismus oftmals mit der Masse an Touristen überfordert sind, werden diese nur emotionslos abgefertigt.

Der Nachteil im Untersuchungsgebiet ist die fehlende Bildung. Dabei ist nicht die Rede von Allgemeinbildung, sondern das Fachwissen im Tourismus. Vieles geschieht unvorbereitet und in Vertrauen auf die Erfahrungen, aber die Zeiten ändern sich. Trends müssen erkannt, das Angebot angepasst und die Kommunikation verbessert werden. Dieses Defizit ist einerseits mit Fortbildungskursen leicht zu lösen, andererseits werden älteren Akteure im Tourismus beispielsweise keine neue Sprache erlernen, oder viel Geld in Fortbildung investieren wollen.

5.2.4 Allgemeine Infrastruktur

Die Allgemeine Infrastruktur kann sowohl von der einheimischen Bevölkerung, als auch von Touristen genutzt werden. Beispielsweise sind Beherbergungsbetriebe an die allgemeine Infrastruktur (Strom, Wasser etc.) angeschlossen, daraus folgt, dass die beste touristische Suprastruktur nichts nützt, wenn die allgemeine Infrastruktur nicht vorhanden bzw. nicht ausreichend ausgebaut ist.

Verkehrsinfrastruktur

Zwei wichtige Punkte der Infrastruktur sind die Autobahn, bis kurz vor das Untersuchungsgebiet, und die zwei in der Nähe befindlichen Flughäfen (Split: ca. 100 und Mostar (BiH): ca. 70 km). Zusätzlich wurde 2013 die Fahrzeit zur Küste mit dem Tunnel durch das Biokovo Gebirge fast halbiert, somit beträgt diese, mit dem MIV, nur noch eine knappe halbe Stunde.

Die Hauptverkehrsachsen, zu sehen im Kapitel 4.2, befinden sich in gutem Zustand. Abgesehen von den übergeordneten Straßen, ist der Zustand aber zu bemängeln. Wahrscheinlich übersteigen die Instandhaltungskosten das Budget, zusätzlich ist die Dimensionierung der Nebenfahrbahnen suboptimal. Die Fahrbahnbreite ist für zwei Autos oftmals zu eng. Vor 20-30 Jahren war das kein Problem, heutzutage stellt dieser Umstand

eine Herausforderung dar. Mit zunehmendem Verkehrsaufkommen werden die jetzigen Verkehrsnetze in naher Zukunft nicht mehr genügen.

Radwege sind nicht vorhanden, genauso wenig wie der öffentliche Verkehr. Im Gebiet existieren Fahrtendienste für Schulkinder, alle anderen Möglichkeiten ohne eigenem Auto voranzukommen sind kostenpflichtig. Das Schienennetz endet in Split, ist veraltet und in schlechtem Zustand. Allesamt keine guten Voraussetzungen für Nachhaltigkeit im Tourismussektor.

Versorgungsinfrastruktur

Die Wasserversorgung im Untersuchungsgebiet wird derzeit über 2 Quellen realisiert, die Infrastruktur für eine dritte befindet sich derzeit in Konstruktion. Die Wasserversorgung ist flächendeckend und entspricht hohen Qualitätsstandards, daher ist das Wasser, ohne Bedenken, zum Trinken geeignet (vgl. Vodovod-IMK 2018b: online).

Zur Stromversorgung gibt es nicht viel zu sagen. Das Netz ist flächendeckend und die Bereitstellung funktioniert überwiegend gut, bis auf vereinzelte, kurzzeitige Ausfälle.

Das Telekommunikationsnetz ist teilweise veraltet, dennoch gewährleistet dieses den uneingeschränkten Betrieb von Mobil- und Fixtelefonen sowie dem Internet. Besonders das Internet ist für den Tourismussektor wichtig. Die Durchschnittsgeschwindigkeiten sind nicht so hoch wie in Mitteleuropa, was bei den ausländischen Touristen als negativer Punkt registriert werden könnte. Das Netz ist aber zuverlässig, einzig die vollkommene flächendeckung ist nicht gegeben. Da sich das Untersuchungsgebiet in einem strukturschwachen, peripheren Gebiet befindet, ist die Versorgung mit einem flächendeckenden Netz mit Herausforderungen behaftet. Sowohl der Aufbau als auch die Instandhaltung sind kostenintensiv, trotzdem kann von einer akzeptablen Infrastruktur gesprochen werden (vgl. HAKOM 2017: online). Zusätzlich ist die Roaminggebühr seit dem letzten Jahr weggefallen, was die Nutzung des Internets im Untersuchungsgebiet wesentlich vereinfacht.

Neben der Infrastruktur für Hausanschlüsse ist das WiFi-Netz nicht zu vernachlässigen, da dies für den Großteil der heutigen Touristen einen wichtigen Faktor, im täglichen Verlauf, darstellt. Pauschal kann behauptet werden, dass heutzutage nicht mehr die Landkarte als Hilfsmittel zur Orientierung genutzt wird, sondern verschiedene Apps am mobilen Gerät. Wenn dafür Touristen hierfür keine Möglichkeiten haben „online“ zu gehen, ist das nicht vorteilhaft für das Image einer Tourismusdestination. Bis auf wenige Ausnahmen ist dieser Sektor noch unterentwickelt.

Entsorgungsinfrastruktur

Das Abwassersystem entspricht nicht dem europäischen Standard. Im Gebiet ist ein Kanalisationssystem vorhanden, jedoch ist dieses auf die Stadt Imotski und Umgebung beschränkt. Trotzdem sind in der Stadt nur ca. 30% der Haushalte an das System angeschlossen. Die restlichen Haushalte, sowohl in der Stadt als auch in den anderen Gemeinden, entsorgen ihr Schmutzwasser über Klärgruben. Dabei wird nur ein kleiner Teil der Inhalte in die Kläranlage nach Imotski, zur Aufbereitung, geleitet. Dieser Punkt beeinflusst den Zustand des Grundwassers negativ und führt daher zur Gefährdung der Umwelt. Zu erwähnen ist aber, dass im Untersuchungsgebiet, mit Hilfe des europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESIF), ein etwa 114 km langes Kanalisationssystem bis 2021 entstehen soll (vgl. Vodovod-IMK 2018a:online). Auf der Homepage der Wasserwerke werden alle Gemeinden des Gebiets in Bezug auf das Projekt erwähnt.

Für die Müllentsorgung sorgt eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, wobei sie von Vertretern aus acht Gemeinden besteht. Diese Dienstleistung muss von allen Bewohnern des Untersuchungsgebiets verpflichtend genutzt werden. Der Dienstleister erfüllt die Erwartung meist, jedoch stößt die Gesellschaft in den Sommermonaten, auf Grund des erhöhten Abfallaufkommens, an ihre Kapazitätsgrenzen (vgl. CIK 2018: online).

Alles in Allem fällt die Entsorgungsinfrastruktur, so wie sie jetzt ist, durch. Das EU-geförderte Projekt für die Abwasserinfrastruktur wird diesen Punkt deutlich verbessern.

Einrichtungen des „täglichen“ Bedarfs

Die Gemeinde Imotski war bis zur Mitte des letzten Jahrhunderts ein blühendes Handelszentrum von dem nicht mehr viel übrig geblieben ist. Einzig das Einkaufszentrum im Süden der Stadt bietet den Menschen eine größere Auswahl an Lebensmittel (2 größere Lebensmittelgeschäfte: Lidl, Konzum), ansonsten befinden sich im Untersuchungsgebiet nur einige kleine Bäckereien und kleine Stände mit regionalen Produkten. Die Vielzahl an kleinen Greißlern ist auf ein Minimum geschrumpft (vgl. apoliticni.hr 2014: online).

Im Jahr 2010 existierten 6 Apotheken im Gebiet, 3 in der Stadt selbst und die Restlichen verteilt in den Gemeinden (Runovici, Podbablje, Proložac) (vgl. PLJD 2011: 21f). Anfang Februar soll der Bau eines kleinen Krankenhauses in der benachbarten Gemeinde Zagvozd, beim Biokovo Gebirge, beginnen. Derzeit müssen Patienten noch nach Split fahren, da sich erst dort das nächste Krankenhaus befindet, die Entfernung beträgt ca. 90 km. Arztpraxen sind laut Rechercheergebnissen genügend vorhanden.

Für die jetzigen Verhältnisse sind die Einrichtungen des täglichen Bedarfs ausreichend. Da aber jährliche Erhöhungen von Tourismusankünften erwartet werden, muss sich das Angebot mitentwickeln, da die Versorgung, in den verschiedenen Bereichen, sonst nicht mehr gewährleistet werden können.

5.2.5 Touristische Suprastruktur

Die Suprastruktur ist neben den touristischen Attraktionen und den natürlichen Ressourcen für den Tourismussektor von äußerster Notwendigkeit. Egal mit welchen Motiven oder nach welchen Kriterien ein Tourist ein Urlaubsgebiet auswählt, benötigt er einen Schlafplatz und Verpflegung. Dabei können sich die Geschmäcker unterscheiden, ob Sternehotel, Apartments oder Camping, aber eine ausreichende Suprastruktur muss vorhanden sein, sonst nutzen die besten Attraktionen nichts.

Beherbergungsbetriebe

Das auffälligste Merkmal im kroatischen Tourismussektor ist die Anzahl der Beherbergungsbetriebe. Mit der Region Venedig stellt die kroatische Küste die, mit großem Abstand, meisten Beherbergungsbetriebe zur Verfügung, wobei im Durchschnitt pro Betrieb nur 13 Betten zur Verfügung stehen. Diese Zahl lässt auf einen sehr kleinstrukturierten Tourismussektor mit vielen kleinen (privaten) Beherbergungsbetrieben schließen. Laut den Zählungen des Amtes für Statistik existierten 2015 ca. 515.000 Betten in privaten Unterkünften, was ungefähr 50% aller Schlafgelegenheiten in Kroatien ausmachte (vgl. DZS 2016: 438ff). Diese Struktur setzt sich im Untersuchungsgebiet fort, durchschnittlich wurden ca. 7 Zimmer pro Beherbergungsbetrieb ermittelt. Lediglich zwei Hotels mit 102 Schlafplätzen sind in der Region registriert, die restlichen rund 800 Betten sind auf 110 private Apartments und Ferienhäusern verteilt (vgl. Slobodna Dalmacija 2016: online, vgl. JutarnjiVijesti: 2017: online).

Mit insgesamt 12% Auslastung, auf das Jahr gesehen, könnte man meinen, dass die Anzahl an Schlafplätzen den Ansprüchen genügt, dem ist aber nicht so. Da sich die Tourismussaison nur auf die Sommermonate verteilt, sind viele der Unterkünfte, in eben dieser Zeitspanne ausgebucht. Derzeit ist die Anzahl an Beherbergungsbetrieben ausreichend, werden aber die Tourismusstatistiken zur Hand genommen ist ein hoher Anstieg in den letzten Jahren festzustellen. Um der Knappheit entgegenzuwirken, werden bis zur Hauptsaison 2018 ca. 150 Beherbergungsbetriebe zur Verfügung stehen, wobei dieses Jahr auch noch ein weiteres Hotel gebaut werden soll (vgl. Slobodna Dalmacija 2016: online, vgl. JutarnjiVijesti: 2017: online).

Die Qualität der Unterkünfte variiert sehr stark. Die zwei Hotels sind zwar in die Jahre gekommen und die Möbel altmodisch, jedoch befinden sich diese in einem guten Zustand, lediglich die Bausubstanz ist zu hinterfragen. Die Einrichtung ist einfach gehalten und entspricht den Preisen in der Region. Die Apartments und Ferienhäuser sind, mit Ausnahmen, in gutem Zustand, sowohl bautechnisch als auch die Einrichtung. Viele der Häuser wurden neu gebaut, besitzen einen Pool und Freizeitequipment wie Fahrräder und Inlineskates. Andere nichtgenutzte Häuser wurden saniert und werden nun vermietet. Hier

handelt es sich jedoch um Tourismus in ländlichen Gebieten, jedoch bieten nur die wenigsten Akteure in ihren eigenen Häusern, in denen sie Leben, Schlafmöglichkeiten an. Tourismus in ländlichen Gebieten wird meist mit alten Dorfstrukturen, Bauernhöfen etc. assoziiert, das ist hier nicht der Fall. Um den Alltag der Einwohner miterleben zu können wäre eine Zimmervermietung im eigenen Haus von Vorteil, da die Authentizität damit steigen würde. Der derzeitige Zustand, mit den vielen neugebauten Ferienhäusern, teilweise sogar luxuriösen Villen mit Pools, widerspricht den eigentlichen Ideen des ländlichen Tourismus ein wenig. Werden aber die Nächtigunzzahlen und die Buchungsauslastungen in den Sommermonaten betrachtet, sind genau diese charakteristischen Merkmale in dieser Urlaubsregion sehr gefragt. Wenn das Publikum solche Unterkünfte sucht, ist es naheliegend, dass sich auch dementsprechend die touristische Suprastruktur den Wünschen der Touristen anpasst. Trotzdem wäre ein gesunder Mittelweg wünschenswert.

Gastronomie

Abgesehen von der sehr schwachen Internetpräsenz, welche in diesem Punkt nicht thematisiert wird, sind Qualität und Quantität in der Gastronomie einer der schwächsten Punkte des touristischen Potenzials im Untersuchungsgebiet. Die Auswahl beschränkt sich größtenteils auf Fast-Food-Läden, welche nicht der Maßstab einer wettbewerbsfähigen Tourismusdestination sein können.

Zusätzlich zu den Fast-Food-Läden ist der Gastronomiesektor mit einigen Bäckereien und einer Handvoll Restaurants vertreten. Die Restaurants machen keinen guten Eindruck, laut Bildern und Kundenrezensionen ist die Qualität nicht zufriedenstellend.

In zahlreichen Berichten und Zeitungsartikeln wurden auch einige Tavernen mit traditionellen Speisen erwähnt, jedoch wurden, aufgrund der schwachen Internetpräsenz, nur zwei solcher Einrichtungen gefunden. Das private Landwirtschaftsunternehmen Grabovac (OPC-Grabovac) mit einer eigenen Taverne in einem Museumsdorf, sowie das Ethno House Ružin Dvor. Beim Erstgenannten wird den Gästen die traditionelle Küche nähergebracht, sowie das altertümliche Leben nachgestellt. Das Ethno House Ružin Dvor ist ein privates Haus, welches einige Zimmer vermietet und im Erdgeschoss ein kleines Restaurant führt, welches von der Familie selbst betrieben wird (vgl. OPG-Grabovac 2018: online; vgl. Booking 2018: online).

Bei so einem kulturellen Hintergrund und solch einer Bevölkerung, mit hohen traditionellen Werten, ist die Grundlage für eine hochwertige Küche mehr als nur gegeben. Zur Verteidigung ist zu sagen, dass der Tourismussektor erst in den letzten Jahren auf die heutige Dimension angestiegen, und die gastronomische Infrastruktur noch nicht entsprechend mitgewachsen ist.

5.2.6 Touristische Infrastruktur

Die touristische Infrastruktur bezieht sich auf Einrichtungen und Anlagen, die „speziell für den Tourismus entwickelt worden sind und diesen somit ermöglichen und ausweiten“ (Freyer 2006: 255). Zu diesem Punkt wurde die touristische Organisationsstruktur miteinbezogen, da solche Einrichtungen und Leistungen überwiegend von Touristen genutzt werden und dieser Gesichtspunkt mit der Definition von Freyer übereinstimmt.

Tourismusbüros/Agenturen

Das einzige Tourismusbüro im Untersuchungsgebiet befindet sich in der Stadt Imotski. Außer den administrativen Tätigkeiten ist, auf Grund der knappen finanziellen Mittel, nicht viel zu erwarten. Trotzdem versucht das Büro, mit nur wenigen Mitarbeitern, kleine Pilotprojekte zu stemmen, beispielsweise eine App welche, in groben Zügen, über die Stadt informiert. Es werden Unterkünfte, Veranstaltungen, die Geschichte der Region oder einige Attraktionen aufgeführt. Ein weiteres Projekt ist der Sprachkurs der im Sommer organisiert, und den Touristen zur Verfügung gestellt wird, natürlich gegen ein Entgelt. Aufgrund der administrativen Grenzen und des Budgets kann das Büro keine großen Ausrufezeichen im Gebiet setzen. An dieser Herausforderung wurde im letzten Jahr gearbeitet, und schließlich zu einem positiven Ergebnis führte. Mit Hilfe europäischer Fonds, dem Ministerium für Tourismus und natürlich der Eigenfinanzierung des Gebiets, ist es dem Büro möglich seine Tätigkeiten, ab dem Jahr 2018, zu erweitern. Das Einzugsgebiet wird sich über das ganze Untersuchungsgebiet erstrecken, statt wie bisher nur auf die Gemeinde Imotski. Somit wird der finanzielle Rahmen vergrößert und die Zusammenarbeit zwischen Akteuren verschiedener Gemeinden erleichtert. Generell werden die Hürden für die Bildung von Netzwerken und Kooperationen verringert. Ein Tourismuskonzept oder eine grobe gemeinschaftliche Strategie wären hier ein wichtiger erster Schritt (vgl. TZ-Imotski 2017: online; vgl. Grad Imotski 2016: 8f).

Auf der offiziellen Homepage des Tourismusverbands Split-Dalmatien erscheinen zwei Tourismusagenturen, welche im Untersuchungsgebiet arbeiten. Eine der beiden Agenturen („Perla svijetska putovanja“) führt einen nicht funktionierenden Link zur ihrer Homepage an, nach einer gründlichen Recherche konnte die Seite dann doch gefunden werden. Dieser Umstand zeigt auf, wie die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren im Tourismussektor abzulaufen scheint. Es konnte nicht genau ausfindig gemacht werden wie lange die Tourismusagentur die neue Homepage nutzt, jedoch muss nach den persönlichen Einschätzung festgehalten werden, dass der Link der offiziellen Homepage des regionalen Tourismusverbands Split-Dalmatien schon mehrere Monate lang nicht funktioniert, dies stellt einen nicht akzeptablen Zustand dar.

Beide Agenturen haben bei ihren Angeboten Schwerpunkte gesetzt. „GAZ-Travel“ konzentriert sich auf sportliche Aktivitäten im Gebiet. Angeboten werden organisierte Buggy-, Kajak-, Trekking-, Reit- und Radtouren, wobei das Equipment von der Agentur zur Verfügung gestellt wird. Weinverkostungen und eintägige Ausflüge sind auch noch im Angebot vorhanden. Unterkünfte und diverse Aktivitäten können direkt auf der Homepage gebucht werden. Hier ist eine professionelle Auseinandersetzung mit dem Medium Internet zu bemerken, da die Seite ansprechend aussieht und aktuell wirkt. Die Homepage von „Perla svijetska putovanja“ (Perla weltweite Reisen) ist dagegen nicht sehr Nutzerfreundlich, so können Ausflüge nur angefragt werden. Direkte Buchungen, egal ob Freizeitaktivitäten oder Übernachtungen, sind nicht möglich. Außerdem schaut die Homepage an sich veraltet aus und der Content scheint teilweise nicht aktuell zu sein. Die Spezialisierung liegt hier auf eintägige und mehrtägige Ausflüge außerhalb des Untersuchungsgebiets (vgl. GAZ-Travel 2018: online; vgl. Perla 2018: online).

Sportliche Infrastruktur

Die einzig gefundene Wanderroute (Lehrpfad) verläuft um die zwei bekanntesten Seen, Modro Jezero und Crveno Jezero. Die Route existiert schon seit einigen Jahren, jedoch wurde sie 2016 optimiert, Hinweistafeln, Gelände und Bänke zum Erholen wurden entlang des Weges angebracht. Die nächsten offiziell gelisteten Wanderrouten sind im Naturpark Biokovo verzeichnet, diese sind nicht weit entfernt (ca. 20 km) und somit sogar mit dem Fahrrad schnell zu erreichen.

Radwege bzw. Radrouten existieren genauso wenig wie Wanderwege mit dem Unterschied, dass zu diesem Thema Pläne für den Bau solcher existieren. Konkret sollen 200 km Fahrradwege bis 2021 gebaut und beschildert werden. Finanziert wird das Unterfangen teilweise über EU-Fonds, vom kroatischen Tourismusministerium, aber auch aus Eigenmitteln. Zurzeit befinden sich die nächsten beschilderten Radwege an der Küste, also ca. 40 km entfernt (vgl. Dalmacija news 2017: online).

Weiters zählen zur Infrastruktur auch Sportplätze und Hallen. Eine solche Einrichtung befindet sich in Proložac, die Halle wird für sportliche Veranstaltungen wie z.B. einem sportlichen Wettkampf zwischen Schulen im Untersuchungsgebiet, genutzt. Zur freien Nutzung von Touristen ist die Halle nicht gedacht. Kleine betonierte Fußball- bzw. Basketballplätze sind im Gebiet immer wieder zu finden, jedoch lässt der Zustand dieser zu wünschen übrig. Auch einige Sandplätze für die traditionelle Sportart „boćanje“, welche mit Bowling zu vergleichen ist, existieren im Untersuchungsgebiet.

Im Untersuchungsgebiet selbst befindet sich kein Golfplatz, jedoch wird so eine Einrichtung in einer nahegelegenen Gemeinde, gleich nach der Grenze in Bosnien und Herzegowina, geführt. Auch wenn Golfplätze mit den Wertvorstellungen einer naturnahen Infrastruktur und

auch mit der Nachhaltigkeit im Tourismus nicht übereinstimmen, muss diese Einrichtung vollständigshalber erwähnt werden.

Zu den touristischen Dienstleistungen gehören auch Verleihgeschäfte für sportliche Aktivitäten, wie Radfahren, Inlineskaten oder Wandern (Wanderstöcke). Gerade einmal eine einzige solche Einrichtung wurde im Zentrum von Imotski gefunden. Informationen über Größe des Sortiments, als auch alles weitere bleiben bei der Recherche ergebnislos. Die Tourismusagentur GAZ-Travel organisiert, bei Buchung ihrer Touren, das Equipment. Sonst wird bei den Ferienhäusern das gängigste Sportequipment (Fahrräder, Badmintonschläger etc.) meistens zur Verfügung gestellt.

Insgesamt steht die sportliche Infrastruktur derzeit mittelmäßig da. Die natürlichen Gegebenheiten zum Wandern oder Radfahren sind gegeben, jedoch fehlen zurzeit Wege und beschilderte Routen mit begleitendem Angebot (Toiletten, Verkaufsstände, Hinweistafeln). Wie schon erwähnt wird aber derzeit an solch einer Infrastruktur gearbeitet, die zu einem gewissen Teil schon kommenden Sommer benutzt werden kann. Komplette fertiggestellt soll die Infrastruktur bis 2021 werden. Zudem bekommen Tagestouristen sportliches Equipment in nur einem Geschäft oder über Buchungen privater Touren und das ist für eine Tourismusdestination unzureichend.

Badeinfrastruktur

Die Infrastruktur für Bademöglichkeiten hat sich in den letzten Jahren verbessert. 2016 wurden zum bestehenden Einstieg in den See Modro Jezero ein Parkplatz, öffentliche Toiletten als auch Infotafeln am Spazierweg um den See angebracht. Für einen symbolischen Eintrittspreis kann im See gebadet, die Festung Topana besichtigt und der Lehrpfad genutzt werden.

Eine weitere Möglichkeit sich im Sommer zu erfrischen ist der Fluss Vrljika. Das Wasser ist an den meisten Stellen sauber und sehr kühl, sogar an sonnigen Tagen im Sommer. Hier fehlen jedoch angelegte Badeplätze und die begleitende Infrastruktur. Einstiegshilfen in den Fluss, öffentliche Toiletten oder kleine Verkaufsstände sind nicht vorhanden, deshalb wird dieser größtenteils von Einheimischen als Bademöglichkeit genutzt.

Für Touristen, die in Unterkünften im Gebiet selbst untergebracht sind, wird die Möglichkeit zum Baden erheblich erhöht, da viele der Ferienhäuser private Schwimmbecken besitzen. Zusätzlich kann die nahegelegene Küste aufgesucht werden. Durch den 2013 eröffneten Tunnel, durch das Biokovo-Gebirge, ist der Weg mit motorisiertem Individualverkehr auf ca. 40 km verkürzt worden.

5.2.7 Touristische Attraktionen

Die Grundversorgungen der Touristen werden durch die Supra- und Infrastruktur befriedigt, die Attraktionen können den Urlaubsort von der Masse abheben. Um bestimmte Sehnsüchte bzw. Wünsche der Besucher zu erfüllen, sind spezielle Angebote nötig, welche zielgruppenspezifisch entwickelt werden oder sich, durch historische Ereignisse, im Zielgebiet befinden. Im zweiten Fall müssen diese Attraktionen lediglich noch vermarktet werden. Im ersten Fall werden Anstrengungen unternommen, um die Interessen der Gäste zu eruieren und die Entwicklung der entsprechenden Attraktionen auf dieser Grundlage zu initiieren. Dabei soll ein Fokus auf naturnahe, nachhaltige und bewusstseinsbildende Merkmale gelegt werden.

Kultur-historisches Erbe

Die Kultur ist neben den ländlichen Ressourcen einer der wichtigsten Faktoren des ländlichen Tourismus. Dazu gehören das historische, sowie kulturelle Erbe, Einrichtungen und Veranstaltungen (wird beim Unterkapitel „Events“ behandelt).

Was die historischen Sehenswürdigkeiten angeht, ist das Untersuchungsgebiet gut aufgestellt. Die Stadt Imotski selbst, welche sich auf einer Anhöhe befindet, ist ein Spektakel für sich. Bodenbelag sowie Häuser sind aus Steinen gebaut und im Hintergrund die Ruinen der alten Festung über der Stadt. Das Fußballstadion welches zur Hälfte in den steinigen Hügel gebaut wurde, ist ein weiteres Highlight. Außerhalb der Stadt befinden sich, verteilt im ganzen Gebiet, alte Grabsteine aus dem Mittelalter von denen eine Ansammlung in der Region dem UNESCO-Weltkulturerbe hinzugefügt wurde (vgl. UNESCO 2016: online). Nicht zu vergessen die alten Wassermühlen, die teils sogar noch in Betrieb sind. Das sind die nennenswertesten Sehenswürdigkeiten die eine große Reichweite besitzen und Touristen ins Untersuchungsgebiet locken. Durch die Kombination der großen Attraktionen, sowie anderer kleinerer Attraktionen, bietet die Region genug Potenzial, um einige Tage darin verweilen zu können.

Laut dem Onlinekatalog des Kulturministeriums befinden sich im Gebiet über 30 historische bzw. archäologische Sehenswürdigkeiten, wobei einige dieser Attraktionen nicht sonderlich spektakulär sind (vgl. MIN-kulture 2018: online).

Kultur-kulturelles Erbe

Trotz der reichen Geschichte der damaligen Region Imota, dem heutigen Untersuchungsgebiet, existiert nur ein Museum zur Heimatkunde, welches von der Kommune geführt wird. Dieses befindet sich in einer ehemaligen Tabakfabrik nahe dem Stadtzentrum mit einer wertvollen, aber überschaubaren archäologischen und

ethnographischen Sammlung der Region. Die Sammlung reicht von der prähistorischen über die antike und frühmittelalterliche Zeit, bis hin zum 20. Jahrhundert. Besucher haben die Möglichkeit mehr über die Volkstrachten und verschiedenen Gegenstände, des täglichen Gebrauchs, zu lernen und sich mit der Tradition der Region vertraut zu machen (vgl. HVM 2018: online). Die Franziskaner betreiben selbst auch ein privates Museum, welches das erstgenannte übertrifft. Die Sammlungen sind größer und artenreicher, dabei werden neun verschiedene Bereiche der Vergangenheit thematisiert (Archäologie, Ethnologie, Gemälde etc.). Die zwei Museen bieten den Interessierten einen groben Einblick in die Vergangenheit dieser Region (vgl. IMOart 2018: online; vgl. Samostan Imotski 2018: online).

Auf Grund der jetzigen Tourismusintensität, sind die zwei Einrichtungen ausreichend, um den Kulturinteressierten einen Mehrwert zu bieten. Wächst der Tourismussektor weiter an, wird in die Infrastruktur weiter investiert werden müssen, sodass die Bedürfnisse der Touristen befriedigt werden.

Wein(Wein-Güter, Vinotheken, etc.)

Laut archäologischen Funden wird in der Gegend seit der römischen Herrschaft (ca. 3. Jhr.) Wein hergestellt. Heute werden im Untersuchungsgebiet auf ca. 1.000 ha Land Reben angebaut.(vgl. TZ-Imotski 2010: 37f). Die Region wird im Internet, im Kontext mit Wein, immer wieder genannt und gewinnt an Aufmerksamkeit, jedoch ist ein gemeinschaftliches Konzept (z.B. gemeinsame Marke) nicht zu finden. Lediglich ein Weinfest, welches seit Jahren Mitte August stattfindet, wird veranstaltet. Dabei haben 2015 15 Weinbauer ihre Produkte vorgestellt. Das eintägige Festival bietet Weinverkostungen, Gerichte der traditionellen Küche und Musik-Acts an.

Im Gegensatz zum Thema Kulinarik konnten im Untersuchungsgebiet einige Weinbauer ausfindig gemacht werden, die Weinverkostungen auf ihrem Weingut anbieten. Jedoch sind die wenigsten mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten und eine Art Weinwanderweg wurde nach gründlicher Recherche auch nicht gefunden. Die Weingüter arbeiten in Alleingang und bislang gab es keine Versuche auf Grundlage von Gemeinsamkeiten Kooperationen einzugehen, um am Markt eine wettbewerbsfähige Weinregion zu schaffen und zu etablieren (vgl. Imotski-svitnjak 2015: online; vgl. DW 2017: online).

Sportattraktionen

Wie in Kapitel 4 dargestellt besitzt das Untersuchungsgebiet optimale Voraussetzungen, um das Leitthema zu bedienen. Sowohl die Seen, der Fluss, die hügelige Landschaft als auch das Biokovo-Gebirge bieten hervorragende naturräumliche Gegebenheiten, um naturnahen

sportlichen Aktivitäten nachzugehen, zumal die Sportinfrastruktur (Rad- und Wanderwege, etc.) derzeit ausgebaut wird, wie im Punkt sportliche Infrastruktur nachzulesen ist.

Das Angebot naturnaher sportlicher Aktivitäten ist breit gefächert, von Kajak fahren über Wandern und Radfahren bis hin zum Reiten, ist alles möglich. Die meisten Aktivitäten werden von privaten Unternehmen angeboten und durchgeführt, dabei wird das Equipment bei Buchung zur Verfügung gestellt. Zudem besteht auch die Möglichkeit das Gebiet privat mit dem Fahrrad zu erkunden, oder Wandern zu gehen. Der Fluss Vrljika bietet optimale Voraussetzungen um das Untersuchungsgebiet über den Wasserweg zu entdecken, auch hierzu haben private Anbieter genügend Angebote parat.

Zu den drei größten Aktivitäten im Untersuchungsgebiet kommen noch vereinzelte private Angebote wie Paintball, Reiten oder Tauchen. Auch Aktivitäten wie Buggy-Touren die nicht umweltfreundlich sind, werden angeboten. Etwas weiter weg, beim Biokovo Gebirge, gibt es sogar die Möglichkeit Paragleiten zu gehen.

Kur- und Wellnesseinrichtungen

Die vielen Seen, die teilweise immer grüne Vegetation und die Ruhe, weit weg vom Massentourismus an der Küste, wären prinzipiell für den Gesundheitstourismus optimal. Trotz der vorhandenen natürlichen Ressourcen für einen Kurort, findet sich keine Unterkunft, welche das Leitthema bedient. Dies liegt nicht zuletzt mit der Komplexität einer solchen Einrichtung zusammen. Beispielsweise wird ein großes Grundstück mit einem Hotel, verschiedene Bäder und geschultes Personal benötigt, dazu kommen die laufenden Kosten des Betriebs, der Instandhaltung und der fortlaufenden Modernisierung. Folglich wäre solch ein Projekt im Untersuchungsgebiet mit einem hohen Risiko verbunden. Von diesem ist abzuraten, da solch eine Einrichtung mit der benötigten Infrastruktur und dem Ressourcenverbrauch nicht mit den Werten der Nachhaltigkeit zu vereinbaren ist.

National- und Naturparks

Beim diesem Leitthema kann zwischen zwei Formen des Tourismus unterschieden werden. Touristen, welchen die Natur nur als Kulisse dient (Wandern, Rafting oder Radfahren etc.) und Touristen, welche vorwiegend wegen der Natur das Gebiet besuchen. Dabei können folgende Aktivitäten ausgeführt werden: Tier- und Pflanzenbeobachtung und -fotographie, Besuch von Schutzgebieten, als auch National- und Naturparks.

Kroatien beheimatet acht National und 11 Naturparks, davon befindet sich ein Naturpark in unmittelbarer Nähe zum Untersuchungsgebiet (vgl. CRO STAT 2008: 77). Der Naturpark Biokovo ist von der Stadt Imotski lediglich 20 km entfernt und daher auch mit dem Fahrrad gut erreichbar. Dieser Fakt ist besonders wichtig, da Naturtouristen danach streben den CO₂-Ausstoß so gering wie möglich zu halten. Auch wenn das Gebirge auf den ersten Blick

karg wirkt, ist eine Vielzahl von Pflanzen und Bäumen vorzufinden. Neben dem kargen Karstboden sind auch dschungelartige Wälder mit Tannen, Buchen und Schwarzkiefer vorzufinden. Außerdem beheimatet der Naturpark zahlreiche Tierarten, von denen einige sogar vom Aussterben bedroht sind. Zu den zwei erwähnten Punkten kommen noch die Karstphänomene wie Mulden, Höhlen oder Grotten hinzu. Die biologische Vielfalt und die landschaftliche Naturschönheit ziehen Jahr für Jahr viele Touristen in den Park, die über Wanderwege zu den verschiedenen Attraktionen geführt werden.

Der Krka Nationalpark befindet sich ca. 130 km entfernt vom Untersuchungsgebiet, verdient dennoch eine Erwähnung da er um ein Vielfaches größer und artenreicher, als der Naturpark Biokovo, ist. Er erstreckt sich entlang des Flusses Krka und bietet Touristen, mit seinen Wasserfällen, ein einzigartiges Naturerlebnis. Auch wenn der Nationalpark nicht als Attraktion im Untersuchungsgebiet gewertet wird, verbessert er das Angebot naturnaher Aktivitäten. Der Besuch des Parks kann durchaus als Tagesausflug durchgeführt werden.

Zusammenfassend muss klargestellt werden, dass dem Thema nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt wird. Da die natürlichen Ressourcen vorhanden sind, sollte dieser Sektor mit dem Bau von Naturlehrpfaden oder Themenwanderwegen bedient werden.

5.2.8 Events

Da im Untersuchungsgebiet keine großartigen Kooperationen und auch keine großartigen Netzwerke touristischer Akteure bestehen, hat sich die Suche nach einem zusammenfassenden Event-Kalender als sehr schwierig herausgestellt. Gemeinden besitzen auf ihren Homepages ausschließlich Veranstaltungen die ihre Gemeinde betreffen und eventuell noch die größten und wichtigsten Events in der Region. Das Tourismusbüro Perla Tours hat einen groben Kalender mit den wichtigsten traditionellen Manifestationen auf ihrer Homepage gelistet. Musikalische Events, die für das kommende Jahr geplant sind, oder sportliche Events sind online sehr schwer zu finden, daher ist nicht auszuschließen, dass Events ausgelassen wurden.

Sportveranstaltungen

Regelmäßig werden Kleinfeld-Fußballturniere ausgetragen, jedoch zählen diese nicht zu Veranstaltungen mit großer Reichweite. Sie dienen überwiegend der lokalen Bevölkerung zur Vernetzung und Kommunikation. Insgesamt existieren nicht viele sportliche Veranstaltungen die jährlich wiederholt werden und eine große Reichweite besitzen. Folglich fließt dieser Punkt negativ in das touristische Potenzial mit ein.

Musik-Festivals/Konzerte

Im Untersuchungsgebiet werden einige Konzerte und Events abgehalten, diese haben aber den Fokus zum Einen auf klassische instrumentale Musik, und zum Anderen auf Folklore und/oder traditionelle Musik. Bekannte Sänger treten hier selten auf, was nicht zuletzt an den finanziellen Hürden liegt. Insgesamt ist die Dichte an Konzerten jeglicher Art neben der Hauptreisesaison fast nicht gegeben sondern nur in den Sommermonaten präsent.

Kulturevents (Kulinarik, Wein, Theater, ...)

Generell ist die Dichte an Veranstaltungen in den Sommermonaten sehr gut, im restlichen Jahr (2017) lässt sie zu wünschen übrig. Zwar werden auch zu Ostern oder Weihnachten landesweit bekannte Veranstaltungen aufgeführt, die jede Menge Touristen aus dem Inland anlocken, jedoch stellt das die Ausnahme dar. Eine Möglichkeit für die saisonale Verteilung der Veranstaltungen ist die Inszenierung des Untersuchungsgebiets für den Tourismussektor.

Die Organisatoren vieler kultureller Veranstaltungen sind „Glumci u Zagvozdu“ und „Pučko otvoreno učilište Imotski“ (Schauspieler in Zagvozd/öffentliche Bildungseinrichtung in Pučko). Wie schon erwähnt versuchen die wenigen kulturellen Vereinigungen das kulturelle Erbe der Region am Leben zu erhalten und durch Aufführungen nach außen zu tragen, was ihnen auch gelingt da die Straßen/Hallen sind bei den Events immer gut gefüllt sind. Negative Punkte die zu beachten sind, die Koordination der Gemeinden untereinander und die zu starke Fokussierung der Austragungsorte auf die Stadt Imotski. Mit der Schaffung der regionalen Tourismuszentrale für das Untersuchungsgebiet sollten die Herausforderungen der Verständigung und eines gemeinsamen Eventkalenders jedoch besser bewältigt werden können.

5.2.9 Zusammenfassung

Zu aller erst ist anzumerken, dass die vom kroatischen Parlament getätigten Aussagen zum Ist-Zustand des kroatischen Tourismussektors (Kapitel 5.2.1), mit der selbst durchgeführten Bewertung des touristischen Angebots des Untersuchungsgebiets, weitestgehend übereinstimmen.

Zusammen mit den allgemeinen Faktoren (Siedlungsstruktur, Architektur, kulturelles Erbe etc.) bilden die natürlichen Faktoren den Schatz dieser Region. Nicht viele Tourismusdestinationen können auf solchen natürlichen Ressourcen, sowie dem historischen und kulturellen Erbe ihren Tourismussektor aufbauen, zumal die Lage des Untersuchungsgebiets in die Karten der touristischen Trends spielt.

Die allgemeine Infrastruktur ist für die jetzigen Verhältnisse ausreichend, wobei der öffentliche Personen-Nah-Verkehr einen negativen Punkt in der Bewertung darstellt, da er so

gut wie nicht existiert. Lediglich durch private Betriebe existiert die Möglichkeit (Bus und Taxi) in andere Städte zu gelangen.

Die touristische Suprastruktur entwickelt sich mit den steigenden Nächtigungen teilweise mit. Das Angebot an Beherbergungsbetrieben ist nicht sehr vielfältig, da meist nur Apartments und Ferienhäuser angeboten werden, aber sowohl die Qualität als auch die Quantität dieser sind gut einzustufen.

Trotzdem ist die Entwicklung der Suprastruktur, da vor allem die privaten Beherbergungsbetriebe, zu überdenken. Der Bau von unzähligen großen Ferienhäusern mit Pools und anderen Extras, wie privaten Tennisplätzen, entspricht nicht dem Nachhaltigkeitsprinzip. Die privaten Betreiber richten sich zwar nach den Wünschen der Urlauber, trotzdem sollte der Gedanke des ressourcenschonenden Betriebs nicht vollkommen ignoriert werden. Sollten in Zukunft beispielsweise Golfplätze auf derzeitigen Ackerflächen erbaut werden, wäre so eine Entwicklung nicht zu unterstützen. Weiters ist das gastronomische Angebot negativ aufgefallen, hier wurden Defizite sowohl in der Qualität als auch in der Quantität festgestellt.

Die touristische Infrastruktur ist ausbaufähig, und aus diesem Grund werden derzeit Schritte unternommen, um diese zu verbessern. Dazu zählt die Formation eines regionalen Tourismusbüros, welches für alle Gemeinden des Untersuchungsgebiets zuständig sein wird. Zudem wird ebenfalls die Schaffung von Rad- und Wanderwege vorangetrieben.

Würden die touristischen Attraktionen hinsichtlich ihrer Ausgefallenheit, ihrer Anziehungskraft und der medialen Aufmerksamkeit bewertet werden, müsste die Note sehr schlecht ausfallen. Attraktionen, wie große Themenparks, Golfplätze oder „Indoor“-Thermen, lassen sich nicht mit den Wertvorstellungen der Nachhaltigkeit im Tourismus vereinbaren und sind daher ohnedies vom Untersuchungsgebiet nicht anzustreben. Folglich wurden bei der Bewertung der Attraktionen andere Merkmale als positiv gewertet (naturnah, nachhaltig und bewusstseinsbildend). Aufgrund dessen fiel die Beurteilung weitestgehend positiv aus.

5.3 Konkurrenzvergleich Cetinska krajina

Die Diplomarbeit versteht den Konkurrenzvergleich als selbstreflexion, das folgende Zitat gibt diesen Gedanken wieder. „Durch die Konkurrenzsituation sollen keine Feindbilder entstehen, sondern die eigene Position auf dem Markt besser erkannt werden“ (Zimmer et al. 1996: 13). Hier existieren verschiedene Ansätze. Einerseits können die Schwächen der Konkurrenten ausgenutzt werden um Kooperationen zu bilden, oder das Angebot kann durch das eigene Potenzial so ausgebaut werden, um aus der Masse hervorzustechen. Einfacher gesagt, es wird entweder mit den Konkurrenten zusammen gearbeitet oder dagegen (vgl. ebd.).

Infolge der vereinfachten Situationsanalyse wurden keine Primärdatenerhebungen (Experteninterviews, Gästebefragung) durchgeführt, sondern auf Basis der online zur Verfügung stehenden Daten gearbeitet. Allgemein kann behauptet werden, dass die Konkurrenz nur oberflächlich untersucht wurde und nicht so detailliert wie das Untersuchungsgebiet selbst. Die Daten der Konkurrenzregion wurden also nur soweit erhoben, wie für die Beurteilung nötig. Um die Vergleichbarkeit gewährleisten zu können, wurden die Merkmale an die Bewertungskriterien des Untersuchungsgebiets (natürliche Ressourcen, allg. Faktoren, allg. Infrastruktur etc.) angelehnt.

Die vorliegende Arbeit wird nur die wichtigsten Erkenntnisse der Konkurrenzanalyse zusammenfassen und danach einen Vergleich der zwei Regionen durchführen. Im besten Fall werden hier Punkte aufgezeigt, an denen das Untersuchungsgebiet ansetzen kann, um das eigene Angebot zu verbessern bzw. Fehler zu vermeiden.

Prinzipiell ist beim Tourismus jede andere Region ein Mitbewerber. Werden einige Parameter für das Destinationsprofil definiert, ändert sich die Sachlage. Um dem für das Untersuchungsgebiet ein Konkurrent zu sein, sind drei Merkmale entscheidend die Nähe zum Meer, das vielfältige natürliche Potenzial (Seen, Berge, Naturparks, Meer), sowie dörfliche Strukturen im Gebiet.

Die Gespanschaft Istrien, welche bei der Etablierung vom Tourismus in ländlichen Regionen schon einen Schritt weiter ist (vielfach größere Übernachtungszahlen), kommt als Konkurrenzregion prinzipiell in Frage, jedoch befindet sich eine sehr ähnliche Region in unmittelbarer Nähe zum Untersuchungsgebiet, daher wird diese als direkter Konkurrent definiert. Es handelt sich dabei um die Region Cetinska krajina. Sowohl das Klima, die Nähe zum Meer, als auch die natürlichen Ressourcen ähneln dem Untersuchungsgebiet, aber besonders die Lage hat den Ausschlag gegeben von der Gespanschaft Istrien abzusehen.

Die Konkurrenzregion Cetinska krajina setzt sich aus fünf Gemeinden zusammen. Sinj und Trilj grenzen direkt an die Küstenstadt Split, welche die zweitgrößte Stadt in Kroatien darstellt, trotzdem sind die zwei Gemeinden überwiegend ländlich geprägt. Die drei restlichen Regionen befinden sich nördlich der Gemeinde Sinj, sind somit weiter im Landesinneren und besitzen ebenso wie Sinj und Trilj überwiegend ländliche Strukturen.

5.3.1 Zusammenfassung der Nachfragerhebung der Konkurrenzregion

Sinj hat mit Abstand die meisten Ankünfte, rund 75%, diese beschränken sich jedoch meistens auf Kurzurlaube deren durchschnittliche Aufenthaltsdauer ca. 1,9 Tage beträgt. Diese Tatsache wird mit den Übernachtungszahlen bestätigt. Obwohl Sinj für rund dreiviertel der Ankünfte verantwortlich ist, sinkt der Wert bei den Übernachtungen auf etwas über die

Hälfte (ca. 52%). Trilj ist für rund 20% der Ankünfte verantwortlich. Bei den getätigten Übernachtungen erhöht sich der prozentuelle Anteil auf rund 38%, woraus auf längere Aufenthaltsdauern der Touristen schließen lässt, ca. 4,9 Tage. Bei der Tourismusintensität hat Trilj auch die Nase vorne, da auf die Gemeinde bei insgesamt weniger Einwohnern mehr Übernachtungen anfallen.

Die Gemeinden Hrvace, Otok, und Vrlika spielen im Tourismussektor, mit rund 10% der gesamt getätigten Übernachtungen, nur eine Nebenrolle. Eine Tatsache ist trotzdem festzuhalten, trotz der geringen Anteile an Ankünften bzw. Übernachtungen sind die durchschnittlichen Aufenthaltsdauern (ca. 4,3) bei allen drei Gemeinden höher als bei Sinj, der Ankunfts- und Übernachtungsstärksten Gemeinde in der Region(vgl. TZ-SDZ 2017: 6ff).

	Ankünfte 2016			Übernachtungen 2016		
	Einheimische	Ausländer	Gesamt	Einheimische	Ausländer	Gesamt
"Imotska krajina"	2.002	2.895	4.897	4.471	35.726	40.197
"Cetinska krajina"	6.113	7.707	13.820	14.602	22.480	37.082
Hrvace	170	312	482	415	1.814	2.229
Otok	0	23	23	0	191	191
Sinj	4.436	5.638	10.074	10.272	9.058	19.330
Trilj	1.384	1.509	2.893	3.573	10.509	14.082
Vrlika	123	225	348	342	908	1.250

Tabelle 9: Übernachtungen in der Konkurrenzregion 2016/Vergleich zum Untersuchungsgebiet; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6; eigene Darstellung

Genau wie im Untersuchungsgebiet Imotska krajina, wo die Gemeinde Imotski das touristische Zentrum der Region darstellt, dominieren in der Konkurrenzregion Sinj und Trilj den Tourismussektor, wobei Sinj meist als Kurzurlaubsdestination bzw. kurze Zwischenstation im Urlaub gesehen wird.

Die Tourismusintensität ist in der Konkurrenzregion mit ca. 0,8 Übernachtungen pro Einwohner im Jahr, geringer als die im Untersuchungsgebiet die etwa das Doppelte beträgt. Diese Tatsache erklärt sich durch die größere Einwohnerzahl der Konkurrenzregion, bei ca. gleichen Übernachtungen im Jahr 2016. Was darauf hindeutet, dass sich im Untersuchungsgebiet mehr Menschen mit dem Tourismus als Einkommensquelle beschäftigen als in der Konkurrenzregion.

5.3.2 Zusammenfassung des touristischen Angebots der Konkurrenzregion

Die natürlichen- und allgemeinen Faktoren bilden eine solide Grundlage, auf die sich der Tourismus in ländlichen Gebieten gut aufbauen lässt, lediglich das etwas schlechtere Klima, mit mehr Regen im Sommer im Gegensatz zur Küste, kann als negativer Punkt bei diesen beiden Faktoren angesehen werden.

Beim Faktor allgemeine Infrastruktur ist die Schmutzwasserentsorgung zu bemängeln. Nur ein Bruchteil der Region besitzt ein Kanalisationssystem, der Rest der Einwohner beseitigt das Schmutzwasser über Klärgruben, oder lässt das Abwasser direkt in den Fluss ab, was wiederum negative Auswirkungen auf die Umwelt bedeutet. Ansonsten fällt bei der allgemeinen Infrastruktur die niedrige Internetgeschwindigkeit auf, die von ausländischen Touristen, in naher Zukunft, sicherlich als Minuspunkt angesehen wird.

Die touristische Suprastruktur genügt den Ansprüchen der derzeitigen touristischen Aktivitäten. Die Bewertung der Konkurrenzregion fällt bei diesem Punkt schlechter aus, weil sich die Beherbergungsbetriebe zum größten Teil auf Sinj und Trilj konzentrieren, und die drei übrigen Gemeinden nur einen Bruchteil des Tourismusaufkommens verzeichnen. Vrlika und Hrvace liegen direkt am Stausee und haben somit ein besonderes Potenzial für ländlichen Tourismus, welches aber nicht ausreichend genutzt wird. Diese Tatsache wird sicherlich durch mehrere Aspekte ausgelöst, einer davon ist mit großer Wahrscheinlichkeit der Mangel an Übernachtungsmöglichkeiten in den zwei Gemeinden.

Würde der öffentliche Personennahverkehr nicht berücksichtigt, sähe die touristische Infrastruktur sehr positiv aus. Es existieren Fahrrad- und Wanderwege, sogar Routen zum Reiten werden explizit angeführt. Hervorzuheben sind die angelegten Badeplätze entlang des Flusses und am See und zu guter Letzt ein kleiner Flugplatz, der in der Region vorzufinden ist. Drei Tourismusbüros, die untereinander jedoch nicht viel kooperieren, runden die touristische Infrastruktur ab.

Wie auch im Untersuchungsgebiet Imotska krajina wird bei den touristischen Attraktionen Wert auf naturnahe, -schonende und weiterbildende Attraktionen gelegt. In der Konkurrenzregion sind viele Attraktionen vorzufinden die den erwähnten Kriterien entsprechen, wodurch die Bewertung durchwegs positiv ausfällt. Eine Ausnahme stellt der Gesundheitstourismus dar. Hierzu wurden keine Einrichtungen (Wellnesshotels, Kureinrichtungen etc.) gefunden.

Im Gegensatz zur Aufenthaltsdauer, profitiert die vorzufindende Dichte jeglicher Events von der Nähe zu Split. Trotzdem ist in den Wintermonaten das Angebot mangelhaft.

5.4 Benchmark des Untersuchungsgebiets und der Konkurrenzregion

Benchmarking bezeichnet „den Prozess des Vergleichens und Messens der eigenen Produkte, Dienstleistungen und Prozesse mit den bestehenden Wettbewerbern oder mit anerkannten Marktführern“ (Camp 1989: 12). So kann Benchmarking als ein Managementinstrument zur Leistungssteigerung angesehen werden, durch welches besondere Potenziale hervorgehoben und Verbesserungen vorgenommen werden können (vgl. Mertins/Kohl, 2009: 19ff).

Durch die Behandlung des touristischen Potenzials, nach vorher definierten Kriterien, ist ein Vergleich der beiden Regionen möglich. Im besten Fall werden beim Benchmark Unterschiede sichtbar, durch die Schlüsse gezogen werden können, welche wiederum als Anhaltspunkte zur Verbesserung des touristischen Potenzials dienen können.

Die natürlichen Faktoren unterscheiden sich in der Hinsicht, dass das Klima im Untersuchungsgebiet als Mittelmeerklima und das in der Konkurrenzregion überwiegend als Kontinentalklima definiert ist, wobei das erstgenannte bessere Voraussetzungen für den Tourismussektor bietet. Zusätzlich spielt die Lage eine entscheidende Rolle. Obwohl angenommen werden könnte das Lage der Konkurrenzregion, auf Grund der Nähe zu Split, eine bessere sein sollte, sieht die Praxis anders aus. Obwohl die Gemeinde Sinj, das touristische Zentrum der Konkurrenzregion zu sein scheint, gemessen an den Ankünften ist die Aufenthaltsdauer, im Vergleich zu den übrigen Gemeinden, sehr kurz. Diese statistischen Daten lassen auf Tagesausflüge aus der Stadt Split, welche als Hauptquartier des Urlaubs dient, vermuten.

Die allgemeinen Faktoren der beiden Regionen sind sich sehr ähnlich, sowohl die traditionelle Bauweise, als auch der kulturelle Schatz (Brauchtum, Traditionen etc.) unterscheiden sich quasi nicht voneinander. Diese Tatsache ist höchstwahrscheinlich auf die Nähe zueinander zurückzuführen.

Bei der allgemeinen Infrastruktur ähneln sich die verkehrstechnische- und die Versorgungsinfrastruktur sehr, jedoch wurden bei der Entsorgung und bei den Einrichtungen des täglichen Bedarfs große Unterschiede entdeckt. Im Untersuchungsgebiet sind derzeit nur ein Drittel der Haushalte an die Kanalisation angeschlossen, jedoch wird zurzeit der Ausbau des Kanalsystems vorangetrieben und soll bis 2021 fertiggestellt werden. Im Konkurrenzgebiet schaut die Lage noch schlechter aus und Projekte zum Ausbau der Kanalisation existieren nicht. Bei den Einrichtungen des täglichen Bedarfs ist die Sachlage umgekehrt. Hier ist die Infrastruktur der Lebensmittelhändler im Konkurrenzgebiet gut ausgebaut, das Untersuchungsgebiet weist in dieser Hinsicht jedoch Lücken auf. In der Region Imotska krajina wurde nur ein großer Lebensmittelhändler ausfindig gemacht und sonst sorgen kleine Greißler für die Versorgung, jedoch ist die Anzahl der kleinen Betriebe keineswegs ausreichend. Besonders in den Sommermonaten kann diese Tatsache zu Problemen und Engpässen der Lebensmittelversorgung führen.

Auch bei der touristischen Suprastruktur wurden interessante Fakten aufgedeckt. Im Untersuchungsgebiet stieg in den letzten Jahren die Anzahl der Beherbergungsbetriebe in

den einzelnen Gemeinden. Dagegen hat das Angebot im Konkurrenzgebiet nur Zuwächse in Sinj und Trilj verzeichnet. Dieses Merkmal kann ein Grund für die stagnierenden Übernachtungen in den Gemeinden Hrvace, Otok und Vrlika, darstellen, obwohl die Voraussetzungen für ländlichen Tourismus optimal zu sein scheinen. Beispielsweise wurden in Vrlika bei der Recherche nur sechs offiziell gemeldete Beherbergungsbetriebe gefunden bei denen es sich ausschließlich um private Ferienhäuser bzw. Apartments handelt, die Bettenzahlen ist dementsprechend begrenzt. Die Gastronomie hingegen ist im Konkurrenzgebiet gut vertreten, wo hingegen das Untersuchungsgebiet diesbezüglich Defizite aufweist. Hier ist der gastronomische Sektor meist mit Fast-Food-Läden vertreten, hochwertige Restaurant sind nur sehr selten anzutreffen. Zusätzlich zur schwachen Infrastruktur der gastronomischen Betriebe, stellt die Internetpräsenz in den Betrieben ein großes Problem dar. Nur vereinzelte Restaurants und Bistros betreiben eine eigene Homepage. Diese Tatsache wirkt sich sicherlich negativ auf das Besucherverhalten der Kunden aus.

Das größte Defizit des Untersuchungsgebiets stellt gleichzeitig den größten Unterschied im Vergleich der zwei Regionen dar. Die Konkurrenzregion ist bei der touristischen Infrastruktur gut aufgestellt. Jeder Einzelne Punkt wurde positiv bewertet (Tourismusbüros/-agenturen, sportliche Infrastruktur, Bademöglichkeiten), lediglich der nicht vorhandene öffentliche Personennahverkehr zieht das Ergebnis runter. Das Untersuchungsgebiet ist mit dem neuformierten Tourismusbüro, welches ab 2018 für die ganze Region Imotska krajina zuständig ist, relativ gut aufgestellt. Die sportliche Infrastruktur lässt, wie auch öffentliche Bademöglichkeiten, zu wünschen übrig. Das mittelmäßige Ergebnis wird, wie in der Konkurrenzregion auch, durch den nicht vorhandenen öffentlichen Personennahverkehr negativ beeinflusst.

In beiden Destinationen sind keine Attraktionen zu finden, die eine weltweite Reichweite besitzen (z.b. Pyramiden, Mount Everest etc.). Trotzdem fallen die Bewertungen durchaus positiv aus, da touristische Attraktionen an Kriterien wie bewusstseinsbildend, nachhaltig, schonend etc. gemessen werden.

Sportliche und naturnahe Attraktionen schneiden in beiden Regionen sehr positiv ab, Attraktionen mit dem Thema Gesundheit (Thermen, Wellnesshotels) sind in beiden Gebieten nicht vorzufinden. Beim Thema Wein weist das Untersuchungsgebiet Imotska krajina eine stärkere Präsenz auf. Wein ist im Internet im Bezug zur Region immer wieder zu finden, diese Tatsache spiegelt sich in der Anzahl an Winzern und der Anbaufläche wider. Im Konkurrenzgebiet ist das Thema auch vertreten, jedoch nicht in diesem Ausmaß, deshalb weisen die historischen Sehenswürdigkeiten eine größere Anziehungskraft auf. Alleine von

der Anzahl unterscheiden sich die die beiden Regionen nicht stark voneinander, jedoch sind die historischen Sehenswürdigkeiten im Konkurrenzgebiet oftmals bedeutender als die des Untersuchungsgebiets. Trotzdem fällt die Bewertung beider Regionen sehr positiv aus (mit einem kleinen Vorteil für die Konkurrenzregion). Als letzten Punkt, der gleichzeitig den größten Unterschied im Angebot darstellt, werden die Museen angeführt. Bei diesem Thema ist die Region Imotska krajina mit nur zwei kleinen Museen und variierenden Ausstellungen nur mäßig aufgestellt, wohingegen die Region Cetinska krajina den kulturinteressierten Touristen auch hier ein gutes Angebot bietet. Insgesamt befinden sich vier Museen, einige Ausstellungen und ein Volkstheater in der Region, mit dem Manko, dass alle erwähnten Einrichtungen in Sinj und Trilj vorzufinden sind.

Auch wenn die Events in der Region Cetinska krajina meist auf Sinj und Trilj begrenzt sind, ist die Region in den Sommermonaten in diesem Punkt ausreichend bedient. Im Gegensatz zur Aufenthaltsdauer profitiert dieser Punkt von der Nähe zu Split. Das Untersuchungsgebiet steht der Konkurrenzregion bei kulturellen Veranstaltungen in nichts nach, jedoch machen sich fehlende sportliche und musikalische Veranstaltungen bemerkbar.

Trotz einzelner Punkte, welche sich stark voneinander unterscheiden sind die durchschnittlichen Bewertungen überwiegend ident. Lediglich bei der touristischen Infrastruktur und den Events ist das Untersuchungsgebiet Imotska krajina, vom touristischen Potenzial, deutlich abgeschlagen, bei den anderen Punkten steht sie dem touristischen Potenzial der Konkurrenzregion in nichts nach.

5.5 Touristische Trends

Die ständig wechselnden äußeren Rahmenbedingungen sind eine große Herausforderung in der Planung, deshalb ist eine Trendanalyse ein wichtiger Bestandteil der Situationsanalyse. Sie beschäftigt sich mit den Verhaltensmustern der potenziellen Touristen, was hilft die Chancen und Risiken für die Tourismusdestination zu ermitteln. Bei den Trends ist immer zu hinterfragen, ob der Trend die Region tangiert. Passt der Trend zu der entwickelten Strategie, oder lassen sich die Trends zu Gunsten der Destination anderweitig nutzen (vgl. Zimmer et al. 1996: 14)? Die regionalen Tourismusakteure müssen daher Produkte entwickeln, welche auf die Trends eingehen. Dabei ist wichtig die eigenen Vorteile mit den aktuellen oder vorhersehbaren Veränderungen der Nachfrage zu verknüpfen.

Die Diplomarbeit greift hier auf existierende Medienanalysen zurück, also wird in diesem Fall nur das Instrument der Sekundärdatenerhebung genutzt. Außerdem wurden die Trends hinsichtlich ihrer Merkmale, im Kapitel 3.2 ausreichend behandelt, übersichtshalber werden

die einzelnen Begriffe, im folgenden Kapitel, noch einmal kurz aufgelistet. Allgemein kann von zwei verschiedenen Blickpunkten ausgegangen werden Branchentrends und Trends im Konsumentenverhalten. Nach diesen zwei Begriffen wurde die Gliederung auch im erwähnten Kapitel vorgenommen.

Branchentrends:

Besonders hervorzuheben bei den Branchentrends, sind die Digitalisierung, die (Weiter)-Bildung der Akteure und die Authentizität. Natürlich taucht auch die Nachhaltigkeit im Tourismus unter den meistgenannten Begriffen auf, jedoch ist dieser Begriff zu schwammig um daraus klare Schlussfolgerungen ziehen zu können. Soll dieser Begriff erklärt werden, müsste die ganze Bandbreite von Mobilitätslösungen, über regionale Produkte, bis hin zu gesetzlichen Rahmenbedingungen des Tourismus in ländlichen Gebieten erläutert werden.

Die *Digitalisierung* bezieht sich auf Buchungssysteme, mobile Anwendungen und personalisierte Angebote. Viele Möglichkeiten in diesem Punkt sind nicht kostenintensiv, sondern benötigen lediglich eine Aneignung bzw. Vertiefung bestimmter Assets.

Diese Stichwörter sprechen bereits das nächste Thema an, die *(Weiter)-Bildung*. Besonders im Untersuchungsgebiet stellt dieser Bereich ein großes Defizit dar. Viele der privaten Akteure im Tourismussektor setzen sich mit diesem Thema nicht auseinander. Meist werden Beherbergungsbetriebe über eine Agentur vermietet, da Wissen in der Vermarktung als auch Betriebsführung fehlt, das Internet als Vermarktungsmedium nicht bzw. selten eingesetzt wird, oft nur bar bezahlt werden kann und Förderungsmöglichkeiten nur selten ausgeschöpft werden. Um die eigenen Ressourcen optimal investieren, und den Betrieb führen zu können, herrscht in diesem Punkt Handlungsbedarf.

Die *Authentizität* ländlicher Tourismusdestinationen spielt in den letzten Jahren eine immer größer werdende Rolle. Da ländliche Gebiete von Touristen aus bestimmten Gründen bereist werden, ist davon auszugehen, dass Interesse an Brauchtum, Tradition und/oder regionalen Produkten besteht. Wirkt alles künstlich und inszeniert, werden eben diese Bedürfnisse nicht befriedigt.

Die Branchentrends zeigen meist zeitverzögert die Reaktion auf das veränderte Konsumverhalten auf, wobei sich beide Gesichtspunkte gleichermaßen auf Chancen und Risiken in der SWOT-Analyse auswirken.

Konsumverhalten:

Die *Technik* entwickelt sich immer weiter, dabei spielt die Miniaturisierung mobiler Geräte eine entscheidende Rolle. Mit den heutigen „Smart-Phones“ werden sowohl den

Tourismusakteuren als auch den Konsumenten neue Möglichkeiten gegeben, um mit der Umwelt zu interagieren. Beispielsweise können Fotos geschossen werden, das Handy kann als Navigationssystem, oder für Informationsbeschaffung bei Sehenswürdigkeiten, genutzt werden.

Im Bereich der *Übernachtungen* ist eine Polarisierung des Marktes feststellbar. *Luxus- und Budgettourismus* sind hier die Stichwörter.

Wortwörtlich wurde der *Urlaub in ländlicher Umgebung* angeführt, dabei spielt es keine Rolle ob Urlaub am Bauernhof, Ferienapartments, oder -häusern, die Sehnsucht nach der Einfachheit des ländlichen Lebens und der Natur nimmt zu.

Sportliche Aktivitäten unabhängig ob *naturnah* oder mit aufwendiger Infrastruktur, sowie der Begriff *Abenteuer* (Fallschirmspringen, Mountainbiken) sind sehr häufig, in der durchgeführten Printmedienanalyse, gefallen.

Weiters wurde über die Verknüpfung von sportlichen Aktivitäten mit *Kulinarik* (*Gastronomie, Wein*) geschrieben. Die Kombination aus körperlicher Ertüchtigung und Genuss scheint ein Erfolgsfaktor der Zukunft zu sein.

Das letzte Thema welches behandelt wurde ist der *Gesundheitstourismus*. Hierbei handelt es sich um die Subkategorie *Wellness und Relaxation*. Dabei werden Entspannung in Thermenbäder, und Aktivitäten wie Yoga, oder einfache Spaziergänge, durchgeführt.

6 SWOT-Analyse

„Die SWOT-Analyse ist ein Analyseinstrument des strategischen Managements [...] Sie wird dazu verwendet, um signifikante interne sowie externe Faktoren in verschiedenen Bereichen (z. B. Organisation, Region, Unternehmen, Produkt) zu identifizieren und zu kategorisieren“ (Salzburg Research 2018: online).

„Durch eine Gegenüberstellung der Ergebnisse der Angebotsanalyse mit den Daten der Nachfrage-, und Konkurrenzanalyse können individuelle Stärken und Schwächen des Gebietes bestimmt werden“ (Zimmer et al. 1996: 2)., Der erste Teil der SWOT-Analyse dient der Bestimmung von Stärken und Schwächen. Erst im zweiten Teil dieses Instruments, und in Bezugnahme der Daten zu touristischen Trends, werden damit die Chancen und Risiken der Tourismusedwicklung erarbeitet.

6.1 Interne Faktoren (Stärken/Schwächen) des Untersuchungsgebiets

In diesem Kapitel wurden die zusammengefassten Punkte aus der Angebotsbewertung noch einmal verdichtet, in der unten angeführte Stärken/Schwächen-Tabelle (Tabelle 10) aufgelistet, und danach kurz erläutert. Die ausführliche Tabelle der Stärken und Schwächen im Untersuchungsgebiet wird im Anhang (Anhang 1) hinzugefügt.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Geeignetes Klima • Natürliche Ressourcen • Lage • Verkehrsanbindung • Private Beherbergungsangebote • Fahrrad-, Wanderrouten (derzeit in Bau) • Breites Angebot naturnaher Aktivitäten • Zahlreiche Winzer u. Weingüter • Historisches Potenzial • Kulturelles Potenzial • Viele kulturelle Veranstaltungen mit geringer Reichweite • Regionales Tourismusbüro ab 2018 	<ul style="list-style-type: none"> • Niederschlagsreiche Winter • Teilweise unvorteilhafte Landschaft (karg, verwahrlost) • Teilweise Vernachlässigung der Bausubstanz • Fehlendes Fachwissen • Fehlende ÖPNV-Infrastruktur • Teilweise Defizite der Ver- und Entsorgungsinfrastrukturen • Gastronomisches Angebot • Gewerbliche Beherbergungsbetriebe • Netzwerk & Kooperation • Kein touristisches Leitbild/Strategie • Fehlende Online-Präsenz • Teilaspekte d. touristischen Attraktionen

Tabelle 10: Stärken/Schwächen-Tabelle; eigene Erhebung; eigene Darstellung

6.1.1 Stärken

Als erster Punkt müssen die *natürlichen Ressourcen*, welche zum Teil mit dem Klima einhergehen und das wertvollste Gut der Region darstellen, genannt werden. Im Untersuchungsgebiet ist eine vielfältige zum Teil immergrüne Vegetation vorzufinden. Durch die Bewirtschaftung des nährhaften Beckens, ist das Ausmaß der Wälder geschrumpft, trotz dessen ist die Vielfalt der Pflanzen- und Tierwelt gegeben. Zusätzlich runden die kleinen Seen, der Fluss Vrljika und die hügelige Landschaft das Angebot ab. Diese natürlichen Ressourcen werden teilweise erst durch das *Klima* ermöglicht. Die Winter sind mild, die Sommer heiß, aber trotzdem herrscht eine Niederschlagsmenge vor, welche diese Vegetation positiv beeinflusst und den Tourismus nicht behindert, also optimale Voraussetzungen.

Die *Lage* ist auf den ersten Blick auf Mikro-Ebene nur suboptimal, weil sich die Region im Hinterland der Küste, einem peripheren strukturschwachen Gebiet, befindet. Durch das Versäumnis der Industrialisierung, konnten aber teilweise altertümliche Dorfstrukturen erhalten werden, welche sich nun als großes Potenzial herausstellen. Im Gegensatz zu anderen beliebten europäischen Urlaubsdestinationen befindet sich das Untersuchungsgebiet auf Makro-Ebene in einer ausgesprochen guten Lage. Da sehr viele Reisen noch mit dem eigenen PKW unternommen werden und sich die Region im Einzugsbereich des motorisierten Individualverkehrs befindet, wird sie von vielen Touristen aus Mitteleuropa (Ungarn, Tschechien, Deutschland etc.) bevorzugt. Zusätzlich zur Lage ist die *Verkehrsanbindung* für den MIV gut ausgebaut. Die Autobahnabfahrt, der „A2“, welche durch das ganze Land führt, befindet sich nur wenige Kilometer von der Region entfernt. Die Entfernung zu zwei internationalen Flughäfen ist auch noch als positiv zu verzeichnen.

Das *private Beherbergungsangebot* ist hervorragend aufgestellt und auch in naher Zukunft sollte es keine Engpässe geben, da sich die touristische Suprastruktur, in diesem Sektor, mit dem Nächtigungszuwachs mitentwickelt. Parallel dazu wird die *sportliche Infrastruktur* erweitert. Derzeit läuft ein gefördertes Projekt zum Ausbau der Fahrrad- und Wanderwege, welches diesen Sommer schon die ersten Ergebnisse vorweisen soll. Neben der sportlichen Infrastruktur ist das *Angebot naturnaher Aktivitäten* einen Schritt weiter. In diesem Bereich werden schon jahrelang Attraktionen angeboten, wie Kanufahren am Fluss Vrljika, Bademöglichkeiten im See Modro Jezero, aber auch private Führungen und Wanderungen durch das Untersuchungsgebiet. Durch den leichten und hochwertigen Wein, aus der Region, hat in den letzten Jahrzehnten der Weinbau einen „Boom“ erlebt. Die *Kombination von Wein und Tourismus* ist in vielen Tourismusdestinationen sehr beliebt und so wollen

auch die Winzer dieser Region von den steigenden Nächtigunzshahlen profitieren, indem sie Führungen und Verkostungen anbieten und dabei ihren Wein direkt an den Endkunden verkaufen.

Neben den natürlichen Ressourcen sticht das historische und kulturelle Potenzial der Region hervor. Aufgrund einer geschichtsträchtigen Vergangenheit ist im Gebiet eine Fülle an *historischen Sehenswürdigkeiten* vorzufinden, auch wenn diese nicht die größte internationale Reichweite besitzen. Das *kulturelle Potenzial*, also Brauchtümer und Traditionen, ist beachtlich. Diese Behauptung wird mit den *zahlreichen kulturellen Veranstaltungen* und aktiven kulturellen Vereinen unterstrichen. Genau wie die meisten Sehenswürdigkeiten der Region, mögen viele der Veranstaltungen nicht die Anziehungskraft eines „Oktoberfests“ besitzen, dennoch sind sie ein wertvoller Bestandteil der dortigen Kultur.

Als letzten Punkt muss das neu formierte *regionale Tourismusbüro*, welches seit Anfang 2018 aktiv ist, erwähnt werden. Auf Grund der erst kürzlich vorgenommenen Umstrukturierung, ist das Tourismusbüro jetzt für die ganze Region verantwortlich. Die Erwartung einer solchen Einrichtung ist die Schaffung eines Mehrwerts für die touristische Entwicklung im Untersuchungsgebiet, daher wird dieser Punkt als Stärke gewertet.

6.1.2 Schwächen

Obwohl die natürlichen Ressourcen den Schatz dieser Region darstellen, sind einzelne Teilaspekte negativ aufgefallen. Dabei wird an die teilweise *karge Landschaft* gedacht, welche dem Karstboden geschuldet ist. Weitere Beispiele sind die stellenweise *verwahrloste Kulturlandschaft* und die *vernachlässigte Bausubstanz*. Auch beim überwiegend günstigen Klima sind die *großen Niederschlagsmengen* und der *wenige Schnee im Winter* zu erwähnen, da diese Tatsachen den Wintertourismus, wenn er denn mal in Erwägung gezogen wird, stark beeinträchtigen können.

Eine weitere Schwäche sind die *gewerblichen Beherbergungsbetriebe*. In der ganzen Region sind nur zwei veraltete Hotels vorhanden. Dem *gastronomischen Angebot* fehlt es sowohl an Qualität als auch an Quantität. Das *fehlende touristische Fachwissen* beim Humankapital stellt auch eine Herausforderung dar. Die privaten Akteure sind zwar bemüht und freundlich, allerdings beherrschen die meisten nur ihre Muttersprache, besitzen kaum Wissen zu Themen wie Angebotsentwicklung oder Finanzierungsmöglichkeiten.

Weiters sind die *veraltete Versorgungs-* und die teilweise *fehlende Entsorgungsinfrastruktur* zu bemängeln. Vermutlich werden diese Tatbestände dem Großteil der Touristen nicht auffallen, aber besonders durch die stellenweise fehlende Kanalisation ist mit Umweltschäden zu rechnen. Ein Punkt welcher besonders von jüngeren Touristen negativ aufgenommen wird, ist die langsame Internetgeschwindigkeit im ganzen Untersuchungsgebiet. Ebenso kann der *fehlende öffentliche Personennahverkehr* bei gewissen Zielgruppen eine entscheidende Rolle spielen.

Die touristischen Attraktionen wurden überwiegend positiv bewertet, aber auch hier wurden einige Defizite festgestellt:

- *Reichweite und Anziehungskraft* der Attraktionen. Die Dichte an Veranstaltungen im Sommer genügt den derzeitigen Ansprüchen und die Fülle an touristischen Attraktionen ebenso, dennoch kann die fehlende Reichweite in Zukunft zu einer Herausforderung werden, da die Vermarktung erschwert und der Wettbewerb dabei immer größer wird.
- Das *fehlende Wellness- und Kureinrichtungsangebot*, allerdings muss diese Gegebenheit nicht unbedingt als Schwachpunkt gelten. Da sich eine Tourismusdestination auf bestimmte Zielgruppen fokussieren sollte, und dieses Leitthema einige Nachteile mit sich bringt, vor allem in Bezug auf die Landschaft und die Nachhaltigkeit, muss dieses Segment nicht bedient werden.
- *Saisonale Verteilung der Attraktionen*, welche sich überwiegend auf den Sommer konzentrieren bzw. für die Sommermonate angedacht sind.

Ein Grund für die negativen Teilaspekte des Tourismusangebots beruht auf einer *fehlenden Tourismusstrategie*, welche die Entwicklung der touristischen Attraktionen vorgeben würde. Zusätzlich werden die *schwach ausgeprägten Kooperationen und Netzwerke*, sowie die *Online-Präsenz* als Schwächen angeführt. Alle drei Punkte sind für eine wettbewerbsfähige Tourismusdestination von großer Bedeutung. Ein Lichtblick gewährt die Formierung des regionalen Tourismusbüros, welches sich der gerade erwähnten Defizite annehmen muss, um die überraschend positive Entwicklung der letzten Jahre langfristig fortführen zu können.

6.2 Externe Faktoren (Chancen/Risiken) des Untersuchungsgebiets

Bevor auf das eigentliche Thema eingegangen wird, muss ein Missverständnis ausgeräumt werden. Oft werden die Schlagwörter Chancen und Risiken, von verschiedenen Autoren, falsch verwendet. Sie benutzen die zwei Begriffe um Ergebnisse und Folgen bestimmter Handlungen darzustellen, diese Interpretation ist aber nicht zutreffend. Die aufgezählten

Punkte in Tabelle 11 stellen aber nur die externen Faktoren dar! Sie nehmen Einfluss auf das Gebiet und können von den Akteuren selbst nicht beeinflusst werden.

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung (Buchungssystem, mobile Anwendungen, personalisierte Suche) • Internationale Unruhen • EU-Fonds • Trend naturnaher (ländlicher) Tourismus • Trend zu Kurzreisen • Tagestouristen • Trend zu Aktivurlaub • Trend Regionale Produkte/Authentizität • Steigendes Gesundheitsbewusstsein • Trend zu Kombination verschiedener Urlaubsformen • Ausgleich zum Alltag (Entschleunigung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftslage in Kroatien /Fehlen von Investoren • Veränderung der Rahmenbedingungen (finanziell, rechtlich) • Demographische Entwicklung, Bevölkerungsverlust • Unmittelbare Nähe zur Konkurrenzregion • Mögl. Trendwende bei Konsumverhalten • Billige Schnäppchen im Ausland • Transparenz durch das Internet • Steigende Umweltbelastung • Klimawandel

Tabelle 11: Chancen/Risiken-Tabelle; eigene Erhebung; eigene Darstellung

6.2.1 Chancen

Viele der Chancen, die sich für das Untersuchungsgebiet ergeben, zeichnen sich durch die veränderte Konsumentennachfrage bzw. das veränderte Konsumentenverhalten ab. So spielt beispielsweise die *Sehnsucht nach Natur* und nach der *Entschleunigung des Alltags* der Region in die Karten. Vor Ort spielen das Interesse nach *regionalen Produkten*, der *Authentizität* des ländlichen Alltags und die *Kultur der Region* eine wesentliche Rolle, aber auch *sportliche Aktivitäten*, *Gesundheit* und *Wellness* gehören zu den Gewinnern der letzten Jahre.

Zu einem Reismuster, welches die letzten Jahre immer mehr an Gefallen findet, zählt die *Kombination verschiedener Leitthemen* wie Kulinarik und körperliche Betätigung. Ein weiterer Punkt sind *Kurzurlaube*, welche besonders bei der jüngeren Generation regelmäßig durchgeführt werden. Die Region ist, in Bezug auf Kurzurlaube, für Touristen aus Mitteleuropa, aufgrund der Distanz, nicht sehr interessant. Werden bei der Vermarktung aber einheimische Touristen als Zielgruppe definiert, existiert noch immer ein großer Markt für das Untersuchungsgebiet als Kurzurlaubsdestination. Auch durchstrukturierte Tagesreisen für die unzähligen Strandtouristen können eine Chance darstellen.

Die *Digitalisierung* stellt, nach subjektiver Meinung, die größte Chance dar, da trotz kleinem Budget viel erreicht werden kann. Die technischen Möglichkeiten repräsentieren die Zukunft, angefangen beim Online-Marketing, über digitale Werkzeuge (z.B.: Buchungsplattformen), bis hin zu der Angebotsentwicklung für mobile Geräte. Mit geschultem Personal, einem durchstrukturierten Plan und den vorhandenen natürlichen und kulturellen Ressourcen, kann in diesem Punkt der Grundstein für eine wettbewerbsfähige Tourismusdestination gelegt werden.

Zwei weitere Faktoren, welche als Chancen definiert werden, haben sich im letzten Jahrzehnt zu Gunsten des Untersuchungsgebiets entwickelt. Einerseits die Aufnahme in die *Europäische Gemeinschaft*, wodurch eine *finanzielle Unterstützung* tourismusbezogener Projekte ermöglicht wird. Andererseits *internationale Unruhen*, weit weg von Kroatien, welche einen positiven Einfluss auf die Nächtigungszahlen der Region genommen haben. Natürlich sind bei den Übernachtungen auch andere Faktoren von Bedeutung, dennoch spielt die Wechselbeziehung zwischen der Nähe der Tourismusregion zu den Quellländern und internationaler Unruhen eine wichtige Rolle.

6.2.2 Risiken

Nach subjektiver Meinung des Autors könnten der *demographische Wandel*, der *Bevölkerungsverlust* und die *unmittelbare Nähe zu einer Konkurrenzregion* die größten Risiken darstellen. Bei den ersten zwei Punkten ist die Befürchtung naheliegend, dass in naher Zukunft nicht genügend qualifizierte Akteure für eine funktionierende Tourismusdestination vorhanden sein werden. Beim dritten Punkt besteht bei falschem Vorgehen die Gefahr von der Konkurrenzregion abgehängt zu werden.

Die Wirtschaftslage in Kroatien und die sich *ständig ändernden Rahmenbedingungen* (finanziell, rechtlich) im Land sind sehr unvorhersehbare Bereiche die jede Planung vor Herausforderungen stellen wird, da langfristige Entwicklungen auf einem stabilen Umfeld basieren müssen.

Mittelfristig können auch sich *verändernde Trends* (Branchen-, Konsumententrends) Risiken mit sich ziehen. Beschließt eine Region sich auf ein Leitthema zu konzentrieren und der Trend ändert sich in die entgegengesetzte Richtung, stellt diese Tatsache die Tourismusregion vor große Herausforderungen. Was unwahrscheinlicher ist, jedoch auch möglich, sind negative Folgen durch den *Klimawandel*. Genau wie im letzten Punkt muss bei der touristischen Entwicklung auf dieses Risiko eingegangen werden.

Etabliert sich eine Region als touristische Destination nimmt folglich die *Umweltbelastung* zu. Wo mehr Touristen, da auch mehr Reiseverkehr, Energieverbrauch und der Abfall den Touristen hinterlassen ist auch nicht zu vernachlässigen.

Kleinere Risiken die aber angesprochen werden müssen sind die, auch zurzeit existierenden, *Billigfluglinien und Pauschalreisen ins Ausland*. Dabei wird weniger an exotische Länder gedacht, da die Zielgruppe sowieso eine andere ist, sondern an Spanien, Griechenland und ähnliches. Als letztes Risiko wird die *Transparenz durch das Internet* festgehalten, welche die mögliche Verfälschung/Verzerrung des Tourismusangebots durch Kundenbewertungen, Blocks etc. aufdecken kann.

7 Abgeleitete Handlungsempfehlungen

Auch wenn die abgeleiteten Handlungsempfehlungen die ausgearbeiteten Resultate der SWOT-Analyse darstellen, werden sie hier als eigenes Kapitel angeführt. Diese Tatsache beruht auf der Wichtigkeit dieser Ergebnisse, da sie als Ansätze zukünftiger touristischer Entwicklungsstrategien zu verstehen sind.

Die einzelnen Punkte der vier Parameter (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken) einer SWOT-Analyse wurden in den zwei vorangegangenen Unterkapiteln voneinander isoliert ermittelt. Um nun Handlungsempfehlungen zu erarbeiten, müssen die vier Parameter in Bezug zueinander gesetzt werden.

Es muss angeführt werden, dass die Ergebnisse dieser Analyse, bei unterschiedlichen Autoren, variieren können, weiters sind die erarbeiteten Resultate nicht als richtig oder falsch zu interpretieren. Die hier ausgewählten Beispiele stellen nur einige Ansätze dar, welche dem Autor nach, besonders wichtig erscheinen (vgl. Baldegger 2012: 133).

In den folgenden Unterkapiteln werden nur Punkte aufgezählt, welche die SWOT-Analyse zum Vorschein brachte und sich direkt auf das Untersuchungsgebiet beziehen. Allgemeine Handlungsempfehlungen die für den Großteil von unterentwickelten Tourismusdestinationen gelten, werden im folgenden Kapitel nicht behandelt. Der Übersichtshalber folgen einige: Netzwerke bzw. Win-Win Situationen mit Mitstreitern schaffen, Erstellung eines einheitlichen Vermarktungskonzepts, Gestaltung attraktiver Betriebsnachfolge, Auseinandersetzung mit steigender Umweltbelastung.

7.1 Neugeformtes regionales Tourismusbüro als neuer Hauptakteur

Der wichtigste Punkt einer langfristig erfolgreichen Tourismusregion ist die professionelle Herangehensweise an das Thema, dabei spielt die Erarbeitung eines Tourismuskonzepts, für die gesamte Region, einen der wichtigsten Punkte. Dem neugeformten regionalen Tourismusbüro kommt daher eine tragende Rolle zu. Kurzfristiger Erfolg, wie es derzeit im Untersuchungsgebiet der Fall ist, kann zwar das Resultat glücklicher Zufälle sein (passende Lage, Trends welche von der Region bedient werden, vorhandene natürliche Ressourcen, etc.), auf lange Sicht aber werden sich Rahmenbedingungen und somit der Erfolg mit verändern. Daher ist eine langfristige Strategie, entwickelt von Experten, die gesamtheitlich verfolgt wird unabdinglich. Bei professioneller Herangehensweise solcher Strategien und Konzepte werden Szenarien gebildet, welche sich mit alternativen bzw. suboptimalen zukünftigen Entwicklungen beschäftigen. Dies geschieht mit dem Hintergedanken das Risiko der Fehlinvestition zu minimieren und, um im Falle von unvorhergesehenen Veränderungen,

besser auf diese reagieren zu können. Besonders im Untersuchungsgebiet ist mit Anpassungen zu rechnen, da die Tourismusbranche ein neues Thema in der Region darstellt, wodurch das Risiko der zukünftigen Entwicklung nur schwer vorherzusagen ist.

Weiters ist bei Projekten die Finanzierung bzw. die langfristige Sicherheit das um und auf. Besonders bei privaten Investitionen besitzt der Punkt einen hohen Stellenwert. Da die meisten Projekte teilweise fremdfinanziert werden müssen, muss auch die Gewährleistung der Finanzierung über einen längeren Zeitraum gegeben sein.

Werden beide Punkte, langfristige Finanzierung und ungewisse Entwicklung betrachtet, steht das regionale Tourismusbüro vor Herausforderungen, welche bewältigt gehören. Trotzdem ist die Schaffung einer solchen Einrichtung ein erster wichtiger Schritt in eine aussichtsreiche Zukunft.

7.2 Innovative Lösung bei Mobilitätskonzepten

Der fehlende öffentliche Personennahverkehr stellt das Untersuchungsgebiet vor große Herausforderungen. Die Umweltverschmutzung wird im Tourismussektor immer häufiger thematisiert und besonders bei peripheren ländlichen Gebieten geht die Mobilität damit einher. Die An- und Abreise, aber auch die Fortbewegung während einer Reise soll umweltfreundlich gestaltet werden, zumal die Diplomarbeit das Untersuchungsgebiet als ein naturnahes Erholungsgebiet mit Nachhaltigkeitsprinzip sieht. Besonders die anzustrebende Zielgruppe für solch eine Tourismusregion besitzt ein erhöhtes Bewusstsein für Umweltverschmutzung, darin ist auch die Mobilität miteingeschlossen. Beispielsweise reisen die erwähnten Touristen mit dem Zug an, welcher eine der umweltfreundlichsten Reismethoden darstellen kann. Bis nach Split mit dem Schienenverkehr, weiter existieren aber keine umweltfreundlichen Alternativen, welche ins Untersuchungsgebiet führen. Dieser Zustand muss verbessert werden. Mit der Digitalisierung entstehen neue Möglichkeiten für individuell angepasste Reismöglichkeiten, sowohl bei der An- und Abreise, als auch die Mobilität vor Ort kann von ihr profitieren. Hier gilt es Innovative Ideen zu finden und zu etablieren.

Tourismusdestinationen haben diese Herausforderungen bereits erkannt und erste Lösungsansätze ausgearbeitet, wie zwei folgende Beispiele aufzeigen. Beim Abholen bzw. Fahren zum Bahnhof hat der Tourismusverband Kaiserwinkel ein Taxishuttel-Service installiert, welcher vom Tourismusverband selbst bezahlt wird. Werden PKWs mit elektronischem Antrieb genutzt und über Solarpanellen aufgeladen, ist so ein Ansatz nur zu unterstützen. Die Gäste vom Achensee und dem Alpbachtal können die öffentlichen Verkehrsmittel, bei einer Buchungsbestätigung von dortigen Beherbergungsbetrieben, die natürlich am Projekt teilnehmen, „gratis“ nutzen (vgl. Uni Innsbruck/BMWFW 2017: 36).

7.3 Bedienung der steigenden Nachfrage mittels Schaffung gewerblicher Beherbergungsbetriebe

Um sich als Tourismusregion zu etablieren, muss sich das Untersuchungsgebiet im Bereich der Beherbergungsbetriebe breiter aufstellen. Zwar ist die Anzahl der bestehenden Übernachtungsmöglichkeiten derzeit ausreichend, jedoch sind der Großteil private Apartments und Ferienhäuser. Der Bereich der gewerblichen Betriebe, mit beispielsweise Voll- und Halbpension, ist im Gebiet unterrepräsentiert. Campingplätze sind im Gebiet gar nicht vorhanden. Dieser Bereich der Suprastruktur muss dringend verbessert werden, da bestimmte Bedürfnisse potenzieller Kunden mit der jetzigen Suprastruktur nicht befriedigt werden können und sich dies auf die Buchungsentscheidung auswirkt. Ist mit einem größer werdenden Bedarf an Übernachtungsangeboten zu rechnen, ist auch der Bau von kleineren gewerblichen Beherbergungsbetrieben oder Campingplätzen gerechtfertigt, da sich das Untersuchungsgebiet in diesem Fall breiter aufstellen muss, um, wie gerade erwähnt, die verschiedenen Bedürfnisse stillen zu können.

7.4 Fokus auf Authentizität und regionale Produkte

Regionale Produkte gewinnen in den letzten Jahren immer mehr an Beliebtheit, daher bieten sich die kleineren Weingüter, meist seit mehreren Generationen in Familienbesitz, hervorragend an diesen Bereich zu bedienen. Aber auch Kleinbauern mit ihrem selbsterzeugten Käse, Fleisch und Schnaps müssen im selben Atemzug genannt werden. Sie können ihre Produkte dem Endverbraucher direkt vor Ort anbieten was zu einem positiven Käuferlebnis führt. Die Winzer können außerdem mit Führungen durch das Weingut ihr Angebot abrunden. Die Authentizität wird durch die kleinen bis mittelgroßen Weingüter in dieser Region und der Tatsache, dass meist die ganze Familie in den Betrieben tätig ist, ebenfalls gewährleistet, auch die kleinen Bauern mit ihren Bauernhöfen tragen ihren Teil zur Authentizität bei. Die Kombination der beiden Faktoren, regionale Produkte und Authentizität, und die dadurch resultierende Bedürfnisbefriedigung beeinflusst den Tourismussektor, mit den derzeitigen Sehnsüchten der Touristen, positiv.

Wie schon in Kapitel 3.2 erwähnt kombiniert der Durchschnittstourist, in einem Urlaub, meist mehrere Leitthemen miteinander. Nur die wenigsten unternehmen eine Reise zu einem einzigen Urlaubsthema, daher ist die Kombination verschiedener Potenziale, wie Kultur und Wein oder sportliche Ertüchtigung und regionale Produkte, äußerst wichtig. Da das Untersuchungsgebiet seine Stärken in mehreren Bereichen hat, sollte die Kombination kein Problem darstellen. Mit den beschränkten finanziellen Mitteln wird es aber den Akteuren

nicht möglich sein alle touristischen Leitthemen zu entwickeln, daher muss sich die Region auf bestimmte Zielgruppen fokussieren und das dafür benötigte Angebot ausbauen.

7.4.1 Verbesserung des gastronomischen Angebots

Die Thematisierung des gastronomischen Angebots im Untersuchungsgebiet wäre eigentlich auch im vorherigen Punkt, regionale Produkte, zu integrieren. Da aber das gastronomische Angebot das größte Defizit im Untersuchungsgebiet darstellt, muss es für sich behandelt werden.

Wie die SWOT-Analyse herausgestellt hat, ist sowohl die Anzahl der Restaurants, als auch die Qualität dieser, sogar für die derzeitige Anzahl von Touristen, unzureichend. Dabei sticht vor allem die Konzentration auf die Stadt Imotski hervor, die restlichen Gemeinden besitzen bis auf wenige Ausnahmen nur einige wenige Bäckereien und Fast-Food-Läden. Diese Fakten sind ein Grund zur Besorgnis, da aufgrund der letztjährigen Tendenzen mit einem Anstieg der Nächtigungszahlen zu rechnen ist. Wie im Verlauf der Arbeit schon erwähnt, geben Touristen ca. ein Drittel ihres Urlaubsbudgets gezwungenermaßen für Essen aus, also sind alle Grundlagen gegeben, um das gastronomische Angebot im Gebiet zu erweitern. Besonders mit dem steigenden Bedürfnis nach regionalen Produkten müssen die Akteure die Chancen nutzen. Regionale Speisen sind nicht zwanghaft notwendig, das wichtige ist die Nutzung regionaler Produkte bei der Zubereitung von Speisen, dadurch können auch Möglichkeiten entstehend, selbsterzeugte Produkte an die Besucher direkt zu verkaufen.

7.5 Onlinepräsenz und -marketing privater Akteure

Im Untersuchungsgebiet ist besonders im gastronomischen Bereich das Defizit der fehlenden Onlinepräsenz verbreitet. Laut einigen Zeitungsartikeln existieren im Untersuchungsgebiet viele Tavernen die traditionelle Speisen anbieten, aber bei der Recherche einfach nicht zu finden waren. Ein Teil der potenziellen Touristen gehört zu der Generation, welche mit dem Internet samt seinen Vorzügen, aufgewachsen ist. Einer dieser Vorteile stellt die weltweite virale Verbreitung von Information dar und Restaurants, die online nicht zu finden sind, existieren überspitzt gesagt nicht. Daher ist die Onlinepräsenz wichtig für die Erzielung von Reichweite und der damit folgender Bekanntheit, welche einen erhöhten Umsatz zur Folge hat.

Wie im vorherigen Absatz erwähnt, spielt die Onlinepräsenz und die damit einhergehende Reichweite eine entscheidende Rolle im Tourismus, das gilt auch für Veranstaltungen. Kann eine breite Masse bzw. die potenziell interessierte Zielgruppe über regionale sportliche oder

kulturelle Veranstaltungen informiert werden, steigt auch die Wahrscheinlichkeit des Besuchs diese Events. Durch das Online-Marketing können auch Events außerhalb der Tourismussaison beworben werden, wodurch das Interesse ebenfalls steigen kann. Die Digitalisierung ermöglicht dem Tourismus, mit einer Portion Kreativität, nahezu unendliche Möglichkeiten.

Weiters bestätigt die fehlende Onlinepräsenz bzw. die Auseinandersetzung mit dem Medium Internet den fehlenden fachlichen Bildungsstand der Akteure im Tourismussektor. Vor allem werden private Akteure angesprochen. Der Wille zur Weiterbildung der Akteure im Untersuchungsgebiet ist derzeit praktisch nicht vorhanden. Einerseits sehen die älteren Akteure den Sinn dahinter nicht und andererseits kosten Weiterbildungsmaßnahmen Geld, welches zum Überleben benötigt wird. Durch den Beitritt Kroatiens zur Europäischen Union stehen verschiedene Fonds zur Weiterbildung zur Verfügung. Außerdem existiert seit 2018 mit dem umstrukturierten, regionalen Tourismusbüro eine Anlaufstelle, welche die Akteure aufklärt und Möglichkeiten zur Förderung von Weiterbildungsmaßnahmen aufzeigt.

8 Beantwortung der Forschungsfragen

Theoretisch würde der Tourismus in ländlichen Regionen einen Mehrwert bieten, wie schaut die Sachlage aber praktisch aus? Wenn kein Interesse an solch einer Form vom Tourismus besteht ist die Integration, von eben diesem, in Entwicklungskonzepte und die damit einhergehende Finanzierung nicht sinnvoll.

Auf Grundlage der im Kapitel 3.2 zusammengefassten Ergebnisse, welche sich auf Branchentrends und Trends des Konsumverhaltens beziehen, fällt die Beantwortung, der im Vorfeld gestellten Forschungsfrage, positiv aus. Die angesprochenen Trends sind für das Untersuchungsgebiet durchaus vorteilhaft. In den letzten Jahren wächst das Interesse an Natur, Entschleunigung und regionalen Produkten, aber auch Themen wie aktive Freizeitgestaltung und Authentizität werden oft in fachbezogenen Magazinen thematisiert. Eigentlich sind das alles Begriffe welche das Untersuchungsgebiet bedienen kann. Noch immer stellt der Urlaub am Strand die wichtigste Größe in diesem Sektor dar, jedoch wächst von Jahr zu Jahr der ehemalige Nischenmarkt des ländlichen Tourismus. Akteure in ländlichen Regionen vermelden immer mehr Buchungen, obwohl die Zahl der Übernachtungen in Meeresnähe nicht wesentlich abnimmt. Daraus lässt sich schließen, dass der Urlaub in ländlichen Regionen als Kurzurlaubsdestination immer beliebter wird. Diese Tatsache ist auch in Kroatien nachzuerfolgen. In den letzten Jahren verbuchen, besonders im Nord-Westen Kroatiens, ländliche Gebiete im Hinterland der Küsten sehr hohe Übernachtungszuwächse, aber auch das Untersuchungsgebiet selbst profitiert von den Trends. Die Dimension ist im Vergleich zum Nord-Westen eine andere, trotzdem sind die Übernachtungszahlen für so eine Region erstaunlich. Deshalb können Investitionen in die Tourismusbranchen zumindest mittelfristig sinnvoll sein. Bei einer professionellen Herangehensweise in der Entwicklung kann das Risiko von Veränderungen der Rahmenbedingungen minimiert, und der Tourismus langfristig etabliert werden.

Um an solche Szenarien denken zu können sind nicht nur Trends wichtig, sondern vielmehr das touristische Angebot, welches sich aus vielen Faktoren zusammensetzt. Die natürlichen Ressourcen, die Infrastruktur, die touristische Suprastruktur und touristische Attraktionen müssen alle zusammen das Potenzial aufweisen den Tourismus wettbewerbsfähig zu etablieren, was zugleich die zweite Forschungsfrage behandelt. Genügt das vorhandene Potenzial des Untersuchungsgebiets, um solch eine Entwicklung positiv zu gestalten?

Da sich das Untersuchungsgebiet am Anfang der Entwicklung, zu einer erfolgreichen Tourismusdestination befindet, weist es einige Defizite auf. Die touristische Suprastruktur, vor allem das gastronomische Angebot in diesem Punkt hat Nachholbedarf. Zudem muss die touristische Infrastruktur verbessert werden. Zwar werden zurzeit einige Maßnahmen zur

Optimierung des Ist-Zustands vorgenommen, wie die Realisierung von beschilderten Rad- und Wanderrouten, oder das neugeformte regionale Tourismusbüro, aber einige Herausforderung bleiben noch bestehen. Der fehlende öffentliche Personennahverkehr stellt eine der größten Herausforderungen dar. Dieser spielt nicht nur bei der An- und Abreise eine Rolle, sondern auch während des gesamten Aufenthalts. Mit klassischen Mitteln wird hier aufgrund der ländlichen Siedlungsstrukturen und dem knappen Budget nicht viel möglich sein. Um dieses Problem zu beseitigen muss in diesem Fall auf innovative Ideen und ressourcenschonende Lösungsvorschläge zurückgegriffen werden.

Trotz der vereinzelten Defizite besitzt das Untersuchungsgebiet ein stabiles Grundgerüst. Die natürlichen Ressourcen vor Ort sind wie für den Tourismus in ländlichen Regionen geschaffen. Das benötigte historische und kulturelle Erbe in dieser Region ist vorhanden und bei den touristischen Attraktionen ist die Region auch gut aufgestellt. Zwar sind die Attraktionen nicht die größten, modernsten und aufregendsten, für die angestrebte Art von Tourismus aber genau richtig.

Somit kann resümiert werden, dass das Untersuchungsgebiet Potenziale aufweist, die als Grundgerüst dienen können. Natürlich müsste an vorhandenen Defiziten gearbeitet werden, aber das Gebiet befindet sich am Anfang der Entwicklung, daher sind Herausforderungen, auf die eingegangen werden muss, nichts Außergewöhnliches.

In diesem Stadium ist eine professionelle Begleitung der privaten Akteure seitens der Kommunen, zur erfolgreichen Formung einer Tourismusdestination, ein wichtiger Bestandteil des Prozesses. Dieser Punkt geht mit der Beantwortung der letzten Forschungsfrage einher. Wenn eine Region Potenzial besitzt ist die Erarbeitung eines Entwicklungskonzepts ein wichtiger Schritt, welcher nicht zu spät realisiert werden darf. Ein früh geschaffenes Konzept minimiert das Risiko von Fehlinvestitionen und unvorhergesehenen Ereignissen und gibt eine Richtung vor, welche im besten Fall von allen Akteuren zusammen verfolgt wird.

Anhand der Ergebnisse der Situationsanalyse ist zu erkennen, dass keine Leitthemen klar herausgestochen sind. Diese Feststellung lässt sich durch die heutigen Trends und die vorzufindenden Potenziale erklären, da sich das Untersuchungsgebiet für mehrere Tourismusthemen eignet. Vom Familienurlaub mit dem Schwerpunkt auf naturnahen Freizeitaktivitäten, über Weintourismus, bis hin zum Urlaub für Interessierte des historischen und kulturellen Erbes der Region werden alle Spaten abgedeckt. Lediglich das Thema Gesundheit ist in der Region nicht vertreten, das mag an hohen Investitionshürden für Infrastruktur und benötigten Fachkräften mit medizinischer Ausbildung liegen. Diese Tatsache ist nicht weiter schlimm, da eine erfolgreiche Tourismusdestination sowieso nicht alle Zielgruppen zugleich ansprechen kann. Die Positionierung und der Fokus auf bestimmte Zielgruppen ist heutzutage ein wichtiger Bestandteil eines Konzepts. Die heutigen

Möglichkeiten die das Internet bietet, stellen kein Problem dar, die ausgewählten Personen, egal wie weit entfernt sie sich befinden, anzusprechen. Deshalb ist die Nutzung der zur Verfügung stehenden Werkzeuge, da ist besonders die digitale Welt damit gemeint, essentiell für einen langfristigen Erfolg. Andere Handlungsempfehlungen sind im vorherigen Kapitel aufgelistet, jedoch stellt die Digitalisierung einen besonders wichtigen Punkt in der zukünftigen Planung dar. Deshalb wird er hier noch einmal explizit erwähnt. Durch die Werkzeuge die das Internet bietet und diverse digitale Hilfsmittel (Navigationssysteme, Smartphones), ist es bei professioneller Herangehensweise auch kleinen Regionen mit limitierten finanziellen Mitteln möglich Tourismusformen wettbewerbsfähig aufzubauen und diese als zweites Standbein zu etablieren.

8.1 Schlusswort

Durch die schlechte Wirtschaftliche Lage Kroatiens, vor allem in peripheren ländlichen Gebieten, und der negativen demografischen Entwicklung dieser, sind Lösungsansätze zur Verbesserung der Ist-Situation gern gesehen. Um das Ausmaß der Veränderung der Wertschöpfung durch den Tourismus aufzuzeigen, würde der Rahmen der Diplomarbeit nicht erlauben. Dennoch konnten einige Erkenntnisse während der Recherchen gewonnen werden.

Zum einen bietet der Tourismus zumindest einigen jungen Erwerbstätigen Personen Zukunftsperspektiven, und zum anderen dürfen die indirekten Effekte nicht außer Acht gelassen werden. Durch den richtigen Umgang mit dem Tourismussektor steigt die Wertschätzung des eigenen ländlich-kulturellen Erbes, Netzwerke werden gebildet und die Möglichkeit zur Bildung von langen regionalen Wertschöpfungsketten, vom Landwirt bis zum Kunden, ist durchaus im Rahmen des Möglichen. Weiters ist festzuhalten, dass der Tourismus in ländlichen Regionen sehr von seinen natürlichen Ressourcen abhängig ist, und dazu zählt die regionstypische Kulturlandschaft. Diese ist in ihrer Form nur durch die Arbeit der regionalen Landwirte möglich. Hier ist die Abhängigkeit der zwei Bereiche (Tourismus und Landwirtschaft) voneinander zu sehen.

Auch wenn sich viele Experten nicht einig sind, ob der Tourismus zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage fähig ist, trifft eine Behauptung auf jeden Fall zu. Die Bauern können mit dem Tourismus als zweites Standbein dem Druck der Großkonzerne besser entgegenwirken. Durch die Kombination der zwei Bereiche bilden sich Synergieeffekte, welche sich positiv auf die Lebensumstände auswirken können. Durch die Vermietung von Zimmern und dem direkten Verkauf der eigenen regionalen Produkte eröffnen sich den Landwirten neue Möglichkeiten zur Schaffung ihrer Lebensgrundlage und nebenbei wird die Kulturlandschaft gepflegt.

9 Literaturverzeichnis

Altenburg, T., 1992: Wirtschaftlich eigenständige Regionalentwicklung. Fallstudien aus Peripherieregionen Costa Ricas. 1. Auflage. Hamburg.

apoliticni.hr (Prvi hrvatski terracon news), 2014: Imočani i trgovina. Online; URL: <http://apoliticni.hr/imocani-trgovina/>. Zugriff am 07.02.2018.

Baldegger, R., 2012: Management in a Dynamic Environment – Concepts. Methods and Tools. Gabler Verlag/Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Baumgartner, Ch., 2008: Nachhaltigkeit im Tourismus: Von 10 Jahren Umsetzungsversuchen zu einem Bewertungssystem. Studien Verlag. Innsbruck.

Baumgartner, Ch., Röhrer, Ch., 1998: Nachhaltigkeit im Tourismus. Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene. Wien.

BBR (Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung), 2005: Raumordnungsbericht 2005. Selbstverlag. Bonn

BBSR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung), 2010: Laufende Raumb Beobachtung–Raumabgrenzungen. Raumtypen ROB 2010. Online; URL: www.bbsr.bund.de/nn_103086/BBSR/DE/Raumb Beobachtung/Werkzeuge/Raumabgrenzungen/Raumtypen2010/Raumtypen2010.html. Zugriff: 11.11.2011.

Becker, C., Job, H., Witzel, A., 1996: Tourismus und nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt.

Beritelli, P., 2016: Zukünftige Herausforderungen für erfolgreiches Unternehmertum in den Alpen. In Gohm, H., Pikkemaat B., 2016: Erfolgreich in den Alpen. Perspektiven und Strategien. Seiten 172–187. Studia Universitätsverlag. Innsbruck.

Betriebswirtschaft-lernen, 2015: Marketingkonzept. Online; URL: <http://www.betriebswirtschaft-lernen.net/erklaerung/marketingkonzept/>. Zugriff am 19.02.2018.

Blotevogel, H.H., 2000: Zur Konjunktur der Regionsdiskurs. In BBR (Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung), 2000: Die neue Konjunktur von Region und Regionalisierung. Informationen zur Raumentwicklung Heft 9-10/2000, Seiten 491-506.

BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie), 2013: Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen. Berlin.

Boksberger, Ph., Anderegg, R., Wyss, R., Heeb, M., 2011: Tourismus Trendscreening – Ein Printmedien basierter Ansatz. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 13-28. Erich Schmidt Verlag. Berlin.

Booking, 2018: Ethno House Ruzin Dvor. Online; URL: <https://www.booking.com/hotel/hr/pansion-ruzin-dvor.de.html>. Zugriff: 20.01.2018.

Brinkhoff, T., 2017: City population. Online; URL: https://www.citypopulation.de/index_d.html. Zugriff: 24.11.2017.

Camp, R., 1989: Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that lead to superior Performances. ASQ Quality Press. Milwaukee, Wisconsin.

CIK (Čistoća Imotske krajine d.o.o.), 2018: O nama. Online; URL: <https://cistoca-imotske-krajine.hr/o-nama/>. Zugriff am 07.02.2018.

CIPRA (Commission Internationale pour la Protection des Alpe/Internationale Alpenschutzkommission), 2007: Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft. 3. Alpenreport. Haupt Verlag. Bern, Wien und Stuttgart.

CRO STAT (Republika Hrvatska Drzavni zavod za statistiku), 2008: Statisticke Informacija 2008. Zagreb.

Dalmacija news, 2017: Počinje označavanje biciklističkih staza u Imotskoj krajini. Online; URL: <http://www.dalmacijanews.hr/clanak/e8ma-pocinje-oznacavanje-biciklistickih-staza-u-imotskoj-krajini#/clanak/e8ma-pocinje-oznacavanje-biciklistickih-staza-u-imotskoj-krajini>. Zugriff: 14.01.2018.

Dax, Th., Favry, E., Fidlschuster, L., Ödl-Wieser, Th., Pfefferkorn, W., 2008: Periphere ländliche Räume. Thesenpapier. Im Auftrag der ÖROK. Wien.

Deutscher Landkreistag, 2011: Organisation und Finanzierung der Tourismusförderung in Landkreisen. Berlin

Die Presse, 2015: Wie Krisen den Urlaub verändern. Online; URL: <http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4784196/Wie-Krisen-den-Urlaub-veraendern>. Zugriff: 08.10.2017.

Doctor, M., Schnyder, M., Stumm, N., 2011: Potenziale von Open Innovation-Modellen in der Tourismusbranche – Drei Fallbeispiele. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 281-298. Erich Schmidt Verlag. Berlin

Dreyer, A., 2012: Bedeutung von Weintourismus im ländlichen Raum. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 239-255. Gabler Verlag. Wiesbaden.

DW (Deutsche Welle), 2017: Vino kujundžuša je i "Cvit razgovora". Online; URL: <http://www.dw.com/hr/vino-kujund%C5%BEu%C5%A1a-je-i-cvit-razgovora/a-40096313>. Zugriff: 21.01.2018.

DZS (Državni zavod za statistiku), 2001: 20. Stanovništvo staro 15 i više godina prema starosti, spolu i razini završene škole, po gradovima/općinama. Online; URL: https://www.dzs.hr/hrv/censuses/census2001/Popis/H01_02_10/H01_02_10.html. Zugriff: 26.03.2018.

DZS (Državni zavod za statistiku), 2011a: Popis stanovništva, kucanstava i stanova 2011. Prvi rezultati po naseljima. Zagreb.

DZS (Državni zavod za statistiku), 2011b: Popis stanovništva, kucanstava i stanova 2011. Stanovništvo prema obrazovnim obilježjima. Zagreb.

DZS (Državni zavod za statistiku), 2015: Zaposlenost i place 2014. Zagreb.

DZS (Državni zavod za statistiku), 2016: Statisticki ljetopis Republike Hrvatske 2016. Zagreb.

Eisenstein, B., Rosinski, A., 2003: Ökonomische Effekte des Tourismus. In Becker, C., Hopfinger, H., Steinecke, A., (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus – Bilanz und Ausblick. Seiten 805-815. München.

Embacher, H., 2007: Urlaub am Bauernhof: Modell für einen nachhaltigen Tourismus im ländlichen Raum. Vortragunterlagen. Salzburg.

EU-Kommission (Europäische Kommission), 2014: Die Europäische Kommission erklärt: Regionalpolitik. Wettbewerbsfähigere Regionen und Städte - für mehr Wachstum und Beschäftigung in der Union.

EUROSTAT (Statistische Amt der Europäischen Union), 2013: Statistiken über die Entwicklung des ländlichen Raums nach Stadt-Land-Typologie. Online; URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Rural_development_statistics_by_urban-rural_typology/de. Zugriff: 16.07.2017/26.11.2017.

EUROSTAT (Statistische Amt der Europäischen Union), 2017: Population structure and ageing. Online; URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing. Zugriff: 26.11.2017.

Flik, C., Schatzmann, C., Herzig Gainsford, Y., 2011: „Literary Imagination goes Tourism“ – Destination Branding und fiktive Narrative am Beispiel von „Heidi“ und „Heidiland“. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 139-152. Erich Schmidt Verlag. Berlin.

Freyer, W., 2006: Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. München.

Freyer, W., 2009: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg. München.

Fronhofer, M., Lütters, H., 2012: Chancen durch Location Based Services für den ländlichen Raum. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 292-315. Gabler Verlag. Wiesbaden.

GDV (Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.), 2017: Klimabegriffe. Online; URL: http://www.tis-gdv.de/tis/transportrelationen/klimabegriffe/klimabegriffe_mediterran.htm. Zugriff: 23.11.2017.

GEOSTAT (Prostorna i statisticka povezanost geostatRH), 2015: Online; URL: <https://geostat.dzs.hr/>. Zugriff: 30.11.2017.

Göll, N., Lassing, M., Rehrl, K., 2010: Location-Based Services im mTourismus – Quo Vadis? In: Egger, R.: mTourism. Mobile Dienste im Tourismus. Seiten 27-43. 1. Auflage. Wiesbaden.. Gabler.

Grad Imotski, 2016: Akcijski plan Imotski 2012 za razdoblje od 2017. do 2021. godine. Imotski.

Grimm, B., Schmücker, D., Ziesemer, K., 2012: Nachfrage und Kundenpotentiale für den ländlichen Tourismus. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 27-44. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Grimm, J., Grimm, W., 1905: Deutsches Wörterbuch. Band 16. Sp 1527. S. Hirzel Verlag.

Große-Holtforth, G., 2017: Mein Mediteraner Garten, Mediterranes Klima und mediterrane Vegetation. Online; URL: <https://www.mein-mediterraner-garten.de/mediterrane-vegetation/>. Zugriff: 23.11.2017.

Haart, N., Steinecke, A., 1995: Umweltschonender Tourismus – Eine Entwicklungsalternative für den ländlichen Raum in Europa? In Moll, P., (Hrsg.): Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Seiten 17-32. Bonn.

Hahne, U., 1995: Wirtschaftliche Effekte der umweltfreundlichen Tourismus im ländlichen Raum. In Moll, P.: Umweltschonender Tourismus. Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Seiten 33-40. Verlag Irene Kuron. Bonn

HAKOM (Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti), 2017: Interaktivna GIS portal. Online; URL: <http://mapiranje.hakom.hr/>. Zugriff am 04.03.2018.

Harrer, B., Zeiner, M., 2012: Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismus in ländlichen Raum. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 11-26. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Heintel, M., 1999: Zentrum. Peripherie und Grenze. Alte und neue Herausforderungen in der europäischen Raumentwicklungspolitik. In: SWS-Rundschau. Band 3. Seiten 257-265. Sozialwissenschaftliche Studiengesellschaft. Wien.

Heintel, M., 2004: Regionalpolitik in Österreich – Retrospektive und Perspektive. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, 33. Jg, H. 2. Seiten 191-208. Wien.

Heintel, M., 2005: Regionalmanagement in Österreich. Professionalisierung und Lernorientierung. Wien.

Henkel, G., 2004: Der ländliche Raum – Gegenwart und Wandlungsprozesse seit dem 19. Jahrhundert in Deutschland. 4. Auflage. Verlag Teubner. Stuttgart.

Hörtler, G., Schubert, A., 2002: Das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK).

Horvath & Partners (Horvath & Partners Management Consultants), 2009: Innovationsstudie 2009: Das verschwendete Innovationspotenzial – Geniale Ideen im Unternehmen finden und nutzen. Ergebnisbericht.

HR-Sabor (Hrvatski Sabor), 2013: Prijedlog strategije razvoja turizam Republike Hrvatske do 2020.godine. Zagreb

HTZ (Hrvatska turistička zajednica), 2017: Opće informacije. Online; URL: <https://www.htz.hr/hr-HR>. Zugriff: 07.12.2017.

HVM (Hrvatski muzeji i zbirke online), 2018: Zavicajni muzej Imotski. Online; URL: <http://hvm.mdc.hr/zavicajni-muzej-imotski,763%3AIMS/hr/info/>. Zugriff: 19.01.2018.

HZZ (Hrvatski zavod za zapošljavanje), 2017: Mjesečni statistički bilent. Band 12.2017. Zagreb.

IMOart (IMOart - udruge za promicanje vrijednosti hrvatske baštine), 2018: Imota – Muzeji i zbirke. Online; URL: <http://imoart.hr/portal/index.php/ta-imota/imota-muzeji-i-zbirke/samostanske-zbirke>. Zugriff: 19.01.2018.

Imotske novine, 2001: Sve lošija demografska slika Imotske Krajine: Imočana sve manje i manje. Online; URL: <http://imotskenovine.hr/sve-lošija-demografska-slika-imotske-krajine/>. Zugriff: 25.11.2017

Imotske novine, 2016: Cista Velika: Stećci na UNESCO listi svjetske baštine. Online; URL: <https://imotskenovine.hr/cista-velika-stecci-unesco-listi-svjetske-bastine/>. Zugriff: 18.01.2018.

Imotski-svitnjak, 2015: Imotsko vinogorje. Online; URL: <http://www.imotski-svitnjak.com/index.php/zanimljivosti/item/41-imotsko-vinogorje>. Zugriff: 21.01.2018.

ISZD (Institut sinergije znanosti i društva), 2014a: HRstat – Hrvatska u boji. Dobna struktura hrvatskih općina i gradova. Online; URL: <http://iszd.hr/2014/01/dobna-struktura-hrvatskih-opcina-i-gradova/>. Zugriff: 26.03.2018.

ISZD (Institut sinergije znanosti i društva), 2014b: HRstat – Hrvatska u boji. Obrazovna struktura hrvatskih općina i gradova. Online; URL: <http://iszd.hr/2014/01/obrazovna-struktura-hrvatskih-opcina-i-gradova/>. Zugriff: 26.03.2018.

ISZD (Institut sinergije znanosti i društva), 2014c: HRstat – Hrvatska u boji. Online; URL: <http://iszd.hr/HRstat/>. Zugriff: 26.11.2017.

IWB/EFRE (Investition in Wachstum & Beschäftigung Österreich/Europäischer Fonds für regionale Entwicklung), 2017: EU-Regionalpolitik. Wohlstand der EU-Bürger erhöhen. Online; URL: http://www.efre.gv.at/allgemeines/eu_regionalpolitik/#top. Zugriff: 13.08.2017.

IZFO (Institut za financijsko obrazovanje), 2016: Najviše plaće u Zagrebu, a najmanje u Vukovaru. Online; URL: <https://www.stedopis.hr/najvise-place-u-zagrebu-a-najmanje-u-vukovaru/>. Zugriff: 28.11.2017.

Job, H., Voigt, L., 2003: Freizeit/Tourismus und Umwelt – Umweltbelastungen und Konfliktlösungsansätze. In Becker, C., Hopfinger, H., Steinecke, A., (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus – Bilanz und Ausblick. Seiten 851-865. München.

Job, H., Weizenegger, S., 2003: Tourismus in Entwicklungsländern. In Becker, C., Hopfinger, H., Steinecke, A., (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus – Bilanz und Ausblick. Seiten 621-649. München.

Jordan, P., 1995: Grundzüge der Raumstruktur Kroatiens. In Budak, N., Jordan, P., Lukan, W., Moissi, P., (Hrsg.): Kroatien: Landeskunde - Geschichte - Kultur - Politik - Wirtschaft – Recht. Seiten 27-62. u.a.: Böhlau. Wien.

Jordan, P., 1997: Die Entwicklung der Fremdenverkehrsströme in Mitteleuropa (1910-1990) als Ausdruck politischer und wirtschaftlicher Veränderungen. In Jordan, P., 1997: Beiträge zur Fremdenverkehrsgeographie der nördlichen kroatischen Küste. Seiten 5-32. Klagenfurt.

Jordan, P., 1998: Die Auswirkungen der politischen Konflikte in und um Kroatien (1990-1995) auf den Tourismus der kroatischen Küste. In Jordan, P., & Persic, M., 1998: Österreich und der Tourismus von Opatija (Abbazia) vor dem Ersten Weltkrieg und zur Mitte der 1990er Jahre. Seiten 297-320. Verlag Lang. Frankfurt am Main.

JutarnjiVijesti, 2017: Vjести – Hrvatska. Cudo usred Krsa. Kako je Imotska Krajina postala nova hrvatska Toskana. Vlasniku prvog bazena u gradu govorili su da je lud. Danas ih ima 156. Online; URL: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/kako-je-imotska-krajina-postala-nova-hrvatska-toskana-vlasniku-prvog-bazena-u-gradu-govorili-su-da-je-lud-danas-ih-ima-156/6415997/>. Zugriff: 16.12.2017.

Kačan, B., 2014: Photos. Online; URL: <http://www.boriskacan.com/tags.php?type=image&what=tag&image=9825&tag=Biokovo#image>. Zugriff: 22.02.2018.

Kagermeier, A., 2011: Social Web & Tourismus – Implikation des internetgeschützten Empfehlungs-marketings für die nachfrageseitige touristische Praxis. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit. Band 12. Seiten 59-78. Erich Schmidt Verlag. Berlin.

Keßler, A., Mair, M., Öhlböck, P., Stummer, K., 2011: Organisationale Innovativität und deren Resultate am Beispiel der Wiener Hotellerie. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 299-314. Erich Schmidt Verlag. Berlin

Kossatz, M., Vogel, G., Thieme, M., 2012: Destination Dorf?. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 273-291. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Kozak, M., 2004: The Practice of Destination-based Total Quality Management. Anatolia: An International Journal of Hospitality Research. Auflage 15 (2). Seiten 235-236.

Lang, A., Schröder, A., Schuler, A., 2011: Alternative Kommunikationsformen – Chancen und Risiken für die Anwendung im Tourismus. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 121-128. Erich Schmidt Verlag. Berlin

Lehmann, G., Patron, S., 2012: Vermarktung ländlicher Tourismusangebote. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 83-93. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Leser, H., Haas, H.-D., Mosimann, T., Paesler, R., 1993: Diercke-Wörterbuch der allgemeinen Geographie. München

Lindstädt, T., 2006: Regionsmarketing und die Bedeutung regionsbezogener Identität. Darmstadt.

LZMK (Lexografisches Institut Miroslava Krleza), 2017: kroatien.eu. Land und Leute. Geografie und Bevölkerung. Bevölkerung - Verteilung und Zusammensetzung. Online; URL: <http://croatia.eu/article.php?lang=3&id=15>. Zugriff: 24.11.2017..

Mertins, K., Kohl, H., 2009: Benchmarking - Vergleich mit den Besten. Symposion Publishing GmbH . Düsseldorf.

Meteostat, 2018: Klima. Imotski. Online; URL: <https://www.meteostat.de/climate/imotski>. Zugriff: 25.03.2018.

MICROprojekt, ???: Program ukupnog razvoja. Analiza situacije za grad Imotski i Općine Runovići, Podbablje, Zmijavci i Lokvičići. Stobrec.

MIN-kulture (ministarstvo kulture), 2018: Kulturna baština – Registar kulturnih dobara. Online; URL: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>. Zugriff am 08.03.2018.

MINT (Ministarstvo turizma republike Hrvatske), 2003: Konacni prijedlog zakona o turistickim zajednicima i promicanju hrvatskog turizma. Zagreb

Mojaplaca, 2017: Place – Splitsko-Dalmatinska. Online; URL: <https://www.mojaplaca.hr/partner/region/splitsko-dalmatinska>. Zugriff: 28.11.2017.

Mose, I., 2005: Ländliche Räume. In: Ritter, E.H (Hrsg.): Handwörterbuch der Raumordnung. Seiten 573-579. Verlag der Akademie für Raumforschung und Landesplanung. Hannover.

Müller, H. R., 2003: Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. München.

Müller, H. R., 2008: Freizeit und Tourismus – Eine Einführung in Theorie und Praxis. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus. Nummer 41. Auflage 11. Bern.

Neukirchen, F., 2017: Modro Jezero (Blauer See) und Crveno Jezero (Roter See) bei Imotski. Große Dolinen in Kroatien. Online; URL: <http://www.riannek.de/2015/modro-jezero-blauer-see-und-crveno-jezero-roter-see-bei-imotski/>. Zugriff: 02.12.2017.

OPG-Grabovac (Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Grabovac), 2018: Ponuda jela. Online; URL: <http://eko-selo.com/ponuda-jela/>. Zugriff: 20.01.2018.

OSV (Ostdeutscher Sparkassenverband), 2010: Tourismusbarometer. Jahresbericht 2010. Berlin.

Pechlaner, H., Reuter, C., 2011: Der Change-Korridor in der Stagnationsphase von Destinationen am Beispiel der nordindischen Destination Mussoorie. In Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 179-193. Erich Schmidt Verlag. Berlin

Pechlaner, H., Reuter, C., Bachinger, M., 2010: The Cahnge Corridor in Transition form Region to Destination – The Case oft he Franconian Lake District. In Keller, P., Bieger, T. (Hrsg.): Managing Change in Tourism. Seiten 67-86. Berlin

Perla (Perla svjetska putovanja d.o.o.), 2018: Naslovnica. Online; URL: <http://www.perla-svjetska-putovanja.hr/>. Zugriff: 27.01.2018.

Pevetz, W., 1996: Urlaub am Bauernhof – soziologische Aspekte. In: Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung: Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. Landtechnische Schriftenreihe, Nr. 206, Seiten 37-44. Wien.

PLJD (Povjerenstvo za ljekarničku djelatnost), 2011: Ljekarnička djelatnost u Splitsko-Dalmatinskoj Županiji. Split.

PopulationPyramid.net, 2018: Bevölkerungspyramiden der Welt von 1950 bis 2100. Kroatien. Online; URL: <https://www.populationpyramid.net/de/kroatien/2011/>. Zugriff: 26.03.2018.

Porzelt, M., 2012: Naturtourismus in Schutzgebieten am Beispiel der deutschen Naturparks. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 171-189. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Puljiz, V., 1991: demografska recesija i izmjena egzistencijalnih uvjeta u jednom ruralnom kraju (socijalno-demografske promjene u općini Imotski). Rechtswissenschaftliche Fakultät. Zagreb.

Rauch-Beran, S., 2016: Die sieben Thesen für mehr Innovation im Tourismus. Hinaus aus dem Einheitsbrei. In ÖHV-Mitgliederzeitschrift, 2016: „Die Lobby“. Magazin der österreichischen Hotelierversammlung. Ausgabe 4. Seiten 18-19.

Reichenbacher, T., 2003: Mobile Cartography – Adaptive Visualisation of Geographic Information on Mobile Devices. Technical University München. München

Rein, H., Schuler, A., 2012: Tourismus im ländlichen Raum. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Reiner, K., 2007: Bergtourismus – Herausforderungen und Entwicklungschancen für eine nachhaltige Entwicklung. In: Oedl-Wieser, T., 2007: Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. Forschungsbericht 57. Seiten 41-54. Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Wien.

Revermann, Ch., Petermann, Th., 2003: Tourismus in Großschutzgebieten. Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. Studien des Büros für Technikfolgen – Abschätzung beim Deutschen Bundestag. Berlin.

Romer, D., Boksberger, Ph., 2011: „Case study“: Prätizipative Entwicklung eines destinationsübergreifenden Qualitätsmanagementkonzepts. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 213-227. Erich Schmidt Verlag. Berlin

Ruppert, K., 2001: Die Alpen – Kulturlandschaft im Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen. In: ALR und ÖGR, 2001: Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung. Forschungs- und Sitzungsberichte. Seiten 127-143. Hannover.

Salzburg Research, 2018: Methodenpool – SWOT-Analyse. Online; URL: <https://methodenpool.salzburgresearch.at/methode/swot-analyse/>. Zugriff am 15.03.18.

Samostan Imotski, 2018: Samostan i zupa svetog Franje Imotski. Online; URL: <http://www.samostan-imotski.hr/>. Zugriff: 19.01.218.

Scherer, R., 2006: Regionale Innovationskoalitionen. Bedeutung und Erfolgsfaktoren von regionalen Governance Systemen. Schriftenreihe des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, Beiträge zur Regionalwirtschaft. Bern

Schmied, M., Buchert, M., Hochfeld, C., Schmitt, B., 2002: Umwelt und Tourismus. Daten, Fakten, Perspektiven. Öko-Institut e.V.. Berlin.

Schneider, K., 2016: Über Tradition und "alpines Lebensgefühl". In Gohm, H., Pikkemaat B., 2016: Erfolgreich in den Alpen. Perspektiven und Strategien. Seiten 72-80. Studia Universitätsverlag. Innsbruck.

Schuckert, M., Luthe, T., Wyss, R., Gasser, R., 2011: Das Emmental: Relevanz und Implikationen aus Netzwerkstrukturen bei der Entwicklung touristischer Destinationen. In: Boksberger, Ph., Schukert, M., (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklung. Schriften zu Tourismus und Freizeit Band 12. Seiten 169-178. Erich Schmidt Verlag. Berlin.

Schuler, A., 2012: Destinationen im ländlichen Raum. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 94-108. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Slobodna Dalmacija, 2017: Dalmacija. Split zupanija. Imotska krajina ruši rekorde: luksuzne vile s bazenima osvojile goste, prošle godine 150 posto više turista! Online; URL: <http://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split-zupanija/clanak/id/462675/imotska-krajina-rusi->. Zugriff: 12.12.2017.

Sölter, M., 2009: Grundlagen der Tourismuslehre, unveröffentlichtes Buchmanuskript. Singen.

statista (Das Statistik-Portal), 2018a: Europäische Union: Arbeitslosenquoten in den Mitgliedsstaaten im Januar 2018. Online; URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/160142/umfrage/arbeitslosenquote-in-den-eu-laendern/>. Zugriff: 26.03.2018.

statista (Das Statistik-Portal), 2018b: Europäische Union: Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf in den Mitgliedsstaaten in jeweiligen Preisen im Jahr 2017. Online; URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/188766/umfrage/bruttoinlandsprodukt-bip-pro-kopf-in-den-eu-laendern/>. Zugriff: 26.03.2018.

statista (Das Statistik-Portal), 2018c: Europäische Union: Erwerbstätigenquoten in den Mitgliedsstaaten im 3. Quartal 2017. Online; URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249125/umfrage/erwerbstaetigenquote-in-den-eu-laendern/>. Zugriff 26.03.2018.

statista (Das Statistik-Portal), 2018d: Europäische Union: Verteilung der Erwerbstätigen auf die Wirtschaftssektoren in den Mitgliedsstaaten im Jahr 2015. Online; URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249086/umfrage/erwerbstaetige-nach-wirtschaftssektoren-in-den-eu-laendern/>. Zugriff: 26.03.2018.

Steinecke, A., 2007: Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven. München.

Strasdas, W., 2012: Ländlicher Tourismus und Klimawandel. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 343-366. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Sznajder, M., Przeborska, L., Scrimgeour, F., 2009: Agrotourism. Oxfordshire.

Thoss, R., 1984: Potentialfaktoren als Chance selbstverantworteter Entwicklung der Regionen. In: Informationen zur Raumentwicklung 1984. Seiten 21-27. Bonn.

TZ-Imotski (Turisticka zajednica grada Imotskog), 2010: Vilinska Imota. Land of myths and legends. Split

TZ-Imotski (Turistička zajednica grada Imotskog), 2017: Inicijativa za TZ područja. Online; URL: <http://www.tz-imotski.hr/index.php/96-novosti/246-inicijativa-za-tz-podrucja>. Zugriff: 25.01.2018.

TZ-SDZ (Turisticka zajednica Splitsko-dalmatinske zupanije), 2016: Programa rada TZ Splitsko-Dalmatinske zupanije za 2017. Godinu. S financijskim planom za 2017. godinu. Split

TZ-SDZ (Turisticka zajednica Splitsko-dalmatinske zupanije), 2017: Statisticka Analiza turisticog prometa 2016. Split

UNESCO (Organisation der Vereingigten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur), 2016: Stećci – Mittelalterliche Grabsteine. Online; URL: <https://www.unesco.de/kultur/2016/stecci.html>. Zugriff: 18.01.2018.

Uni Innsbruck/BMWFW (Universität Innsbruck/Bundesministerium für Wirtschaft, Forschung und Wissenschaft), 2017: Bleibt alles anders? Tourismus 2025. Projektendbericht. Innsbruck/Wien.

Vodovod-IMK (Vodovod Imotske krajine), 2018a: Izgradnja sustava odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda i vodopskrbe aglomeracije Imotski. Online; URL: <http://www.vodovod-imk.hr/index.php/obavijesti/257-izgradnja-sustava-odvodnje-i-prociscavanja-otpadnih-voda-i-vodopskrbe-aglomeracije-imotski>. Zugriff am 07.02.2018.

Vodovod-IMK (Vodovod Imotske krajine), 2018b: Opis vodoopskrbnog sustava. Online; URL: <http://www.vodovod-imk.hr/index.php/vodoopskrba>. Zugriff am 07.02.2018.

Weber, J., 2002: Kroatien: Regionalentwicklung und Transformationsprozesse. Steiner. Stuttgart

Weiger, H., 2005: Forderungen des Naturschutzes an nachhaltige Politiken und Strategien für Landschaft und Landnutzung. In: Rieger, J., Popp, H.W., Kroll-Schlüter H., (Hrsg.): Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. Seiten 103-113. Graz.

Welt N24, 2017: Welche Länder für Urlauber am gefährlichsten sind. Online; URL: <https://www.welt.de/reise/nah/article161282274/Welche-Laender-fuer-Urlauber-am-gefaehrlichsten-sind.html>. Zugriff: 08.10.2017.

Wirtschaftslexikon24, 2017: Situationsanalyse. Online; URL: <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/situationsanalyse/situationsanalyse.htm>. Zugriff am 19.02.2018.

Widmann, T., 2003: Regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus – kleine Kreisläufe. I: Becker, C., Hopinger, H., Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus – Bilanz und Ausblick. Seiten 403-415. München.

Zeppenfeld, R., 2012a: Ländliche Kultur und ländliche Struktur. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 64-79. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Zeppenfeld, R., 2012b: Nachhaltige Mobilität im ländlichen Raum. In Rein, H., Schuler, A., (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum. Seiten 111-126. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Zimmer, P., Grassmann, S., Champetier, Y., De Borchgrave, C., Hildwein-Scheele, A., Janot, J-L., 1996: Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region. Eine Broschüre auf Grundlage eines durchgeführten LEADER-Seminars. Extremadura (Spanien).

10 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammensetzung der ESI-Fonds; Quelle: IWB/EFRE 2017: online; eigene Darstellung	11
Abbildung 2: Abgrenzung von Tourismusformen; Quelle: OSV 2010: 154	13
Abbildung 3: Wirtschaftliche Bedeutung der Landschaft im Zeitvergleich; Quelle: Müller 2003: 81	17
Abbildung 4: Wirtschaftliche Effekte durch Tourismus; Quelle: dwif 2012 zitiert nach Harrer/Zeiner 2012:24; eigene Darstellung	32
Abbildung 5: Lage des Untersuchungsgebiets; Quelle: Google Maps 2018:online; eigene Bearbeitung	38
Abbildung 6: Vegetation Karstenboden in Imotski; Quelle: Kačan 2014: online	39
Abbildung 7: Ansiedlung im Untersuchungsgebiet; Quelle: Google Maps 2018: online; eigene Bearbeitung	41
Abbildung 8: Gegenüberstellung saniertes/nicht-saniertes Haus; Quelle: Google Maps 2018: online	42
Abbildung 9: Prozess einer Situationsanalyse; eigene Darstellung	52
Abbildung 10: Touristisches Angebot; Quelle: Müller 2008: 136ff	58

11 Diagrammverzeichnis

Diagramm 1: Bevölkerungspyramide vom Untersuchungsgebiet 2011; Quelle: PopulationPyramid.net 2018: online; eigene Darstellung	45
Diagramm 2: Altersverteilung nach Gemeindegrößen 2011; ISZD 2014a: online	45
Diagramm 3: Anteil der Schulabschlüsse nach Gemeinden 2001; Quelle: DZS 2001: online; eigene Darstellung	47
Diagramm 4: Anteil der Schulabschlüsse nach Gemeinden 2011; Quelle: DZS 2011b: 255ff; eigene Darstellung	47
Diagramm 5: Anteil an Erwerbstätigen nach Wirtschaftssektor; Quelle: DZS 2015: 82ff; eigene Darstellung	48
Diagramm 6: Tourismusintensität 2016 (Kroatien); Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung	56
Diagramm 7: Tourismusintensität 2016 (Imotska krajina); Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung	56

12 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Durchschnittswerte Temperatur/Niederschlag; Quelle: meteostat 2018: online; eigene Darstellung ..	39
Tabelle 2: Bevölkerungsstatistik der Gemeinden im Untersuchungsgebiet; Quelle: Brinkhoff 2017: online, DZS 2011a: 132ff; eigene Darstellung	43
Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung Vergleich; Quelle Puljiz 1991: 2ff, Brinkhoff 2017: online; eigene Darstellung	44
Tabelle 4: Arbeitslosenanteil an erwerbsfähigen Personen im Untersuchungsgebiet 2011; Quelle: ISZD 2014c: online; eigene Darstellung	49
Tabelle 5 Übernachtungen nach Gemeinden im Untersuchungsgebiet 2016; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6ff; eigene Darstellung	53
Tabelle 6: durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6; eigene Darstellung	54
Tabelle 7: regionale Verteilung der Touristen im Untersuchungsgebiet; eigene Berechnung; eigene Darstellung	55
Tabelle 8: Touristische Statistik für die Gespanschaft Split-Dalmatien; Quelle: Brinkhoff 2017: online, TZ-SDZ 2017: 2ff; eigene Darstellung	56
Tabelle 9: Übernachtungen in der Konkurrenzregion 2016/Vergleich zum Untersuchungsgebiet; Quelle: TZ-SDZ 2017: 6; eigene Darstellung	78
Tabelle 10: Stärken/Schwächen-Tabelle; eigene Erhebung; eigene Darstellung	85
Tabelle 11: Chancen/Risiken-Tabelle; eigene Erhebung; eigene Darstellung	89

13 Anhang

Anhang 1: vollständige Stärken/Schwächen-Tabelle

	Stärken	Schwächen
natürliche Faktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Günstige Lage für Tourismus • Verkehrstechnische Lage • Relative Nähe zu Quellländern • Optimales Klima im Sommer • Milde Temperaturen im Winter • Viele kleine Seen • Ein Fluss vorhanden • Artenreiche pflanzliche Vielfalt • Artenreiche tierische Vielfalt • Immergrüne Vegetation • Hügelige Landschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Große Niederschlagsmengen im Winter • Klima nicht geeignet für Wintersport • Verschmutzung des Flusses auf Grund von Abwasserentsorgung • Stellenweise karge Landschaft • Teilweise vernachlässigte Kulturlandschaft
allgemeine Faktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Siedlungsform in d. Stadt Imotski • Stadtzentrum der Stadt Imotski • Teilweise traditionelle Bauformen anzutreffen • Brauchtum, Tradition • Gastfreundlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenige typische Dorfzentren • Immer wieder heruntergekommene Häuser vorhanden • Fehlendes touristisches Fachwissen • Lockere Mentalität Interpretation als Desinteresse
allgemeine Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Nähe zur Autobahn • Relative Nähe zu Flugplätzen • Tunnel durch das Biokovo Gebirge zur Küste • Hauptverkehrsachsen im guten Zustand • Wasserversorgung durch Quellen gegeben • Regelmäßig kleine Bäckereien anzutreffen • Bau eines Krankenhauses in einer Nachbargemeinde • Genügen allgemeinmedizinische Praxen vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlender öffentlicher Verkehr • Nebenverkehrsachsen für heutige Anforderungen nicht ausreichend • Kein Schienennetz im Gebiet • Stromversorgung veraltet • Internetnetz nicht flächendeckend da ländliches Gebiet • Niedrige Internetgeschwindigkeit • Wenige kostenlose WiFi-Hotspots • Kanalisationsnetz unzureichend (aber laufendes Projekt) • Müllentsorgung im Sommer überfordert • Lebensmittelversorgung im

		Sommer am Limit
touristische Suprastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Ausreichend Betten vorhanden • Erweiterung der Beherbergungsinfrastruktur • Ferienimmobilien meist im guten Zustand und gute Ausstattung 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokussierung auf Ferienhäuser und Ferienapartments • Hotels veraltet • Schwach ausgebaute Gastronomieinfrastruktur • Vorhandene Restaurants schlechte Bewertungen • Viele „Fast-Food“-Läden • Wenige Gaststätten am eigenen Landgut mit traditioneller Küche
touristische Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Ab 2018 regionales Tourismusbüro verfügbar • Verbesserung des finanziellen Rahmens durch Beteiligung aller Gemeinden und Subventionen • Zwei Agenturen aktiv im Gebiet tätig • Agenturen bieten Equipment bei Buchung sportlicher Aktivitäten • Oft gängiges Sport-Equipment in Ferienhäusern vorhanden • Bau neuer beschilderter Fahrrad- und Wanderwege mit begleitender Infrastruktur (Toiletten, Getränkestände etc.) • Betonierte Fußball- und Basketballplätze vorhanden • Golfplatz in unmittelbarer Nähe zum Gebiet • Geschaffener Badeplatz am See „Modro jezero“ mit begleitender Infrastruktur • 	<ul style="list-style-type: none"> • Bis 2018 administrative Grenzen bei Projekten vom Tourismusbüro • Sehr wenig Zusammenarbeit mit außenstehenden Agenturen • Nur ein Verleihgeschäft für Sportequipment • Derzeit kaum gekennzeichnete Fahrrad- und Wanderwege • Keine überdachten Sportplätze für Touristen • Keine Badeplätze am Fluss • Öffentlicher Personenverkehr nicht vorhanden • Online-Präsenz in allen Bereichen schwach, besonders Gastronomie • Wenige Kooperationen untereinander •
touristische Attraktionen	<ul style="list-style-type: none"> • Historische Sehenswürdigkeiten im ganzen Gebiet verteilt 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Reichweite der Museen und nur 2 vorhanden

	<ul style="list-style-type: none"> • Grabsteine ins UNESCO-Weltkulturerbe aufgenommen • Die Stadt Imotski selbst als Attraktion mit großer Reichweite • Viele traditionelle Steinhäuser im Gebiet vorhanden • Alte zum Teil funktionsfähige Wassermühlen • Viele kleinere Winzer im Gebiet • Region landesweit bekannt für hochwertigen leichten Wein • Großes Angebot an naturnahen sportlichen Aktivitäten • Fluss Vrlika besonders hervorzuheben (Kanu-Touren ,Angeln, Fischbeobachtung) • Nähe zum Nationalpark Biokovo • Tagesausflug Krka-Wasserfälle 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Wellness- und Kureinrichtungen
Events	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Kleinfeld-Fußballturniere • Viele kulturelle Veranstaltungen • Viele musikalische Events mit traditionellem Hintergrund (Folklore, traditionelle Musik) • Aktive kulturelle Vereine 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenige Events (Sport, Musik, Kultur) in den Wintermonaten • Reichweite sportlicher Veranstaltungen gering • Reichweite kultureller Veranstaltungen mäßig • Wenige Musik-Festivals mit bekannten Sängern oder Bands • Koordination der Vereine