



Universität St.Gallen
Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften,
Internationale Beziehungen und Informatik

Analyse und Diskussion der Besucherströme auf der kroatischen Insel Murter



Masterarbeit
Marketing Management (MiMM)

Verfasserin:

Mattea Bieniok



mattea.bieniok@unisg.ch

Immatrikulationsnummer: 14-604-854

Referent:

Prof. Dr. Pietro Beritelli

IMP - Institut für Systemisches Management und Public Governance

Abgabedatum:

St.Gallen, 16. November 2020

Abstract

Die vorliegende Arbeit untersucht Besucherströme auf der Insel Murter auf Grundlage des St.Galler Modells für Destinationsmanagement (SGDM). Im Rahmen des Kreislaufmodells wurden die Schritte 1-4 behandelt. In einem ersten Schritt füllten Personen aus der Tourismusbranche, Einheimische mit Gästekontakt sowie Ferienhausbesitzer Kartenausschnitte der Insel aus. Die Beschreibung der individuellen Besucherströme aus verschiedenen Perspektiven und deren Überlappung identifizierte für die Insel Murter neun typische Hauptströme: Campingurlauber, Festival- und Konzertbesucher, aktive Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer), Aktivurlauber (Spaziergänger, Jogger und Wanderer), Nationalparkbesucher, Kulturinteressierte, Luxusurlauber, Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende und Nautiker. Aus dem Gesamtbild der Überlappung aller Ströme ergab sich eine Konzentration der Tourismusaktivitäten auf der nordwestlichen und südöstlichen Seite der Insel - insbesondere in und rund um die Zentren der vier Ortschaften Murter, Betina, Tisno und Jezera. Für das Ziel der Saisonverlängerung haben sich drei besonders potenzialträchtige und ausbaufähige Ströme herauskristallisiert: Festival- und Konzertbesucher, aktive Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer) sowie Kulturinteressierte.

Die Eigenheiten der vier Inselortschaften Murter, Betina, Tisno und Jezera sowie der vielfältigen Zwischenräume sollen in ihrem Profil geschärft und in ihrer Ganzheit als Erlebnis-Insel "Murter-Kornati" vermarktet werden. Als Ausgangspunkt zum weltbekannten Archipel der Kornaten ist die über eine kurze Brücke mit dem Festland verbundene Insel unverwechselbar. Potenzial besteht in der Vernetzung der Räume durch ein zusammenhängendes Fuss- und Fahrradnetz sowie in besucherstromspezifischen Erlebnis-Packages.

In der vorliegenden Arbeit wird zur besseren Lesbarkeit lediglich die männliche Form verwendet. Damit gemeint sind jedoch immer sämtliche Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	II
Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VII
1 Einleitung	1
1.1 Relevanz der Themenstellung	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit	2
1.3 Vorgehensweise	2
2 Theoretische Grundlagen.....	3
2.1 Begriffserklärungen.....	3
2.1.1 Tourismusangebot	3
2.1.2 Destination	3
2.1.3 Besucherströme.....	4
2.2 Das St.Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM)	4
2.2.1 Besucherstrom-Ansatz in sechs Schritten	4
2.2.2 Variable Geometrie	6
2.2.3 Destinorama	7
3 Anwendungsfeld.....	8
3.1 Insel Murter	8
3.1.1 Vier Ortschaften, zwei Gemeinden.....	9
3.1.2 Natur- und Kulturgut.....	9
3.2 Methodik der Untersuchung	10
3.2.1 Fokus der Untersuchung.....	10
3.2.2 Form der Datensammlung.....	10
4 Resultate	13
4.1 Beschreibung der identifizierten Besucherströme	13
4.1.1 Campingurlauber	14
4.1.2 Festival- und Konzertbesucher	17
4.1.3 Aktive Gruppenurlauber: Kanu- und Fahrradfahrer	19
4.1.4 Aktivurlauber: Spaziergänger, Jogger und Wanderer.....	23
4.1.5 Nationalparkbesucher	25
4.1.6 Kulturinteressierte.....	27

4.1.7	Luxusurlauber	31
4.1.8	Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende	33
4.1.9	Nautiker	36
4.2	Variable Geometrie und Portfolio	39
4.3	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen	40
4.3.1	Touristische Magnete und vielfältige Aktivitätsmöglichkeiten	40
4.3.2	Schaffen von Erlebnisräumen über Inselgrenzen hinweg und Potenzial-Ströme	40
4.4	Übersicht möglicher Marketingkonzepte	43
4.4.1	Vermarktung inselübergreifender Wander- und Fahrradwege	46
4.4.2	Stärkung der Einheit der Insel	46
4.4.3	Ausbildungs- / Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeitende tourismusnaher Berufe	48
5	Fazit und Ausblick	50
5.1	Zusammenfassung und Synthese	50
5.2	Zukünftige Forschungsfragen	50
	Quellenverzeichnis	VIII
	Interviewverzeichnis	XII
	Anhang	XIII
	Anhang A: Kartenausschnitte "Campingurlauber"	XIII
	Anhang B: Kartenausschnitte "Festival- und Konzertbesucher"	XXI
	Anhang C: Kartenausschnitte "Aktive Gruppenurlauber: Kanu- und Fahrradfahrer"	XXV
	Anhang D: Kartenausschnitte "Aktivurlauber: Spaziergänger, Jogger und Wanderer"	XXIX
	Anhang E: Kartenausschnitte "Nationalparkbesucher"	XXXIV
	Anhang F: Kartenausschnitte "Kulturinteressierte"	XXXV
	Anhang G: Kartenausschnitte "Luxusurlauber"	XL
	Anhang H: Kartenausschnitte "Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende"	XLIII
	Anhang I: Kartenausschnitte "Nautiker"	XLVIII
	Anhang J: Weiterer Kartenausschnitt	LIV
	Anhang K: Variable Geometrie aller Ströme	LV
	Eigenständigkeitserklärung	LVI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: SGDM-Kreislauf in sechs Schritten	6
Abbildung 2: Geografische Lage der Insel Murter	8
Abbildung 3: Interviews in Gemeindehaus von Tisno	11
Abbildung 4: Interviews in Tourismuszentrale von Jezera, im "Museum of Wooden Shipbuilding" (Betina) und in Öffentlicher Bibliothek von Tisno	11
Abbildung 5: Interviews in Tourismuszentrale von Tisno	12
Abbildung 6: Interviews in Ferienanlage "Jezera Village", Hotel "Borovnik" und Friseursalon "Tina"	12
Abbildung 7: Visualisierung des Stroms "Campingurlauber"	16
Abbildung 8: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	16
Abbildung 9: Visualisierung des Stroms "Festival- und Konzertbesucher"	18
Abbildung 10: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	19
Abbildung 11: Fahrrad-Tourismus (Podvrške, Murter) und Kanu-Tourismus (mit Blick auf Betina)	21
Abbildung 12: Visualisierung des Stroms "Aktive Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer)"	22
Abbildung 13: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	22
Abbildung 14: Visualisierung des Stroms "Aktivurlauber (Spaziergänger, Jogger und Wanderer)"	24
Abbildung 15: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	25
Abbildung 16: Nationalpark Krka	26
Abbildung 17: Nationalpark Kornati (Schiffsausflug)	26
Abbildung 18: Visualisierung des Stroms "Nationalparkbesucher"	27
Abbildung 19: Heimatmuseum (Jezera) und Ruinen der römischen Stadt „Kolentum“ (archäologische Fundstätte und Strand, Murter)	29
Abbildung 20: Visualisierung des Stroms "Kulturinteressierte"	30
Abbildung 21: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	30
Abbildung 22: Visualisierung des Stroms "Luxusurlauber"	32
Abbildung 23: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	32
Abbildung 24: Bucht Podvrške (Murter) und Blick auf Inseln und "Pudarica"	34
Abbildung 25: Strand Podvrške (Murter) und Strand Slanica (Murter)	34
Abbildung 26: Visualisierung des Stroms "Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende"	35
Abbildung 27: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	35
Abbildung 28: Visualisierung des Stroms "Nautiker"	38
Abbildung 29: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite	38
Abbildung 30: Variable Geometrie der Ströme auf der Insel Murter	39
Abbildung 31: Variable Geometrie der Potenzial-Ströme auf der Insel Murter	42

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Besucherverteilung übers Jahr und des Life Cycle je Strom.....	41
Tabelle 2: Marketingkonzept für den Strom "Festival- und Konzertbesucher"	43
Tabelle 3: Marketingkonzept für den Strom "Aktive Gruppenurlauber: Kanu- und Fahrradfahrer"	44
Tabelle 4: Marketingkonzept für den Strom "Kulturinteressierte"	45

Abkürzungsverzeichnis

Abschn.	Abschnitt
bzgl.	bezüglich
BIP	Bruttoinlandprodukt
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CHF	Schweizer Franken
d.h.	das heisst
DJ	Disc Jockey (englisch)
EUR	Euro (Währung)
Hrsg.	Herausgeber
inkl.	inklusive
km	Kilometer
kn	Kuna (kroatische Währung)
Mio.	Millionen
NKC	narodna knjižnica i čitaonica (kroatisch) / Öffentliche Bibliothek (je Ortschaft)
NP	nacionalni park (kroatisch) / Nationalpark
o. D.	ohne Datum
S.	Seite
SGDM	St.Galler Modell für Destinationsmanagement
sog.	sogenannt
u.a.	unter anderem
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
vs.	versus
z.B.	zum Beispiel
zit.	zitiert

I Einleitung

"If you want to lift your spirit skyhigh - you have to come to Croatia" (Croatia Tour, 2018; YouTube, 2020a, 2:38-2:43). Der im Jahr 2018 als "Best Video by a Tourism Organization" (Croatia Tour, 2018, Abschn. 5) ausgezeichnete Werbefilm zeigt ein grosses Spektrum der schönsten Gebiete des Landes auf. Dazu zählt auch die Region Dalmatien und mit ihr die Insel Murter, die Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist. Die Bewegbilder zeigen insbesondere auch Ausschnitte des Nationalparks Kornati, dessen Inseln mehrheitlich in Besitz der Bewohner von Murter sind - "(...) swim here, cycle there, sail everywhere" (Croatia Tour, 2018; YouTube, 2020a, 2:25-2:34).

Im Jahr 2005 wurde Kroatien von "Lonely Planet" zu "the world's most desirable tourist destination" (Abschn. 1) ernannt. Bereits damals war das Land für seine Kultur- und Naturgüter sowie Infrastruktur, gute Erreichbarkeit und Preiswertigkeit bekannt. Besonders hervorgehoben wurde die Schönheit der Inseln und Strände. (Ministry of Tourism and Sports, 2016, Abschn. 2)

Die Insel Murter zieht heute eine Vielzahl an Besuchern an und gilt als eine der "12 schönsten Adria-Inseln" (Reisemagazin|voucherwonderland.com, o. D., Abschn. 1). Für das Erreichen dieses Status mussten sich schliesslich auch die Inselbewohner in den letzten Jahren gegenüber neuartigen touristischen Angeboten öffnen. Die Insel ist schon lange nicht mehr nur auf Badeurlaub ausgerichtet.

I.1 Relevanz der Themenstellung

"Im kleinen Land an der Adria boomt der Tourismus, allerdings nur während vier Monaten im Jahr" (Pabst, 2019, Abschn. 1). Allgemein werden der Ganzjahrestourismus und stärkere Auslastungen in der Vor- und Nachsaison immer zentraler - ebenso nimmt die Bedeutung der Diversität von Besucherströmen zu (Beritelli, 2019, S. 38).

Selbst die kroatische Regierung möchte "die einseitig auf Sonne und Strand ausgerichtete Branche [des viermonatigen Sommertourismus] diversifizieren" (Pabst, 2019, Abschn. 1). Die Anzahl registrierter ausländischer Touristen ist in Kroatien von 1.49 Mio. im Jahr 1995 auf rund 17 Mio. im 2018 gestiegen (Abschn. 5). Auch gewann der Tourismussektor im Verlauf dieser Jahre an Bedeutung - während die Tourismuseinnahmen 1995 rund 6% des Bruttonationalprodukts (BIP) ausmachten, waren es im Jahr 2018 rund 20% des BIPs (Abschn. 4). (Laenderdaten.info, o. D.)

Gemäss Angabe der Tourismusagentur in Tisno zählt die Insel Murter jährlich rund 1.1 Mio. Übernachtungen und 159'000 registrierte Gäste. Diese verteilen sich wie folgt: 56'000 Murter, 37'000 Tisno, 34'000 Jezera und 32'000 Betina. (Interviewpartner Henjak, 2020; vgl. Anhang I)

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt demnach knapp 7 Tage bzw. 1 Woche. Damit jeder Urlaubstag ein Erlebnis ist, müssen die Möglichkeiten der Insel entsprechend den Wunschprofilen der Besucher präsentiert werden.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Das St.Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM) (Beritelli, Reinhold, Laesser & Bieger, 2015) wird im Rahmen dieser Arbeit auf die kroatische Insel Murter angewendet. Dabei sollen die folgenden Forschungsfragen beantwortet werden:

Frage 1: Wie verlaufen die Besucherströme auf der Insel Murter?

Frage 2: Welche typischen Verhaltensmuster der Besucherströme lassen sich erkennen?

Frage 3: Welche Ströme sollten gefördert werden und mit welchen Massnahmen könnte dies erreicht werden?

Ziele des Besucherstrom-Ansatzes sind es, die touristische Insel von einer nachfrageseitigen Perspektive zu betrachten und verschiedene Ströme von Besuchern zu identifizieren. Durch die Befragung unterschiedlicher Personen auf der Insel, die direkten Kontakt zu touristischen Gästen haben oder aus eigener Erfahrung erzählen können, soll ein möglichst breites Repertoire an täglichen Besucherströmen zusammengestellt werden. Das Zusammentragen, die Analyse und Visualisierung aller Ströme bietet Grundlage für mögliche zukünftige touristische Entwicklungsprojekte und eine Strategiedefinierung der Region (Beritelli, 2019, S. 25). Darunter zählen auch Insel- bzw. Kooperationsprojekte, in die unterschiedliche Anbieter touristischer Angebote involviert werden könnten.

1.3 Vorgehensweise

Die Arbeit ist entlang der Schritte 1-4 des SGDM gegliedert, die im späteren Kapitel 2.2 näher beschrieben werden. Zuvor wird eine Übersicht der theoretischen Begrifflichkeiten im Rahmen des Besucherstrom-Ansatzes und SGDM-Kreislaufs gegeben. Danach werden im ersten Schritt des SGDM individuelle Besucherströme zusammen mit Einheimischen sowie Ferienhausbesitzern der Insel Murter identifiziert. Die ausgefüllten Kartenausschnitte dienen im zweiten Schritt als Grundlage für das Herleiten und Beschreiben verschiedener Hauptströme. Als Drittes werden die Nachfrage- und Angebotsseite der jeweiligen Ströme als Netzwerk visualisiert und im vierten Schritt folgt die Festlegung besonders potenzialträchtiger und ausbaufähiger Ströme auf Basis der Überlappung aller Ströme (variable Geometrie). Für diese werden mögliche Marketingkonzepte vorgestellt. Danach werden weitere Vorschläge im Bereich der allgemeinen und inselweiten Marketingaktivitäten beschrieben und als Abschluss wird eine Zusammenfassung der Haupteckdaten festgehalten.

2 Theoretische Grundlagen

In den folgenden Kapiteln werden in einem ersten Schritt im Zusammenhang mit dem Besucherstrom-Ansatz stehende Begriffe wie Tourismusangebot, Destination und Besucherströme definiert. Anschliessend wird der Ansatz näher vorgestellt.

2.1 Begriffserklärungen

2.1.1 Tourismusangebot

Ein Tourismusangebot setzt sich aus verschiedenen Teilleistungen zusammen. Diese Teilleistungen sind nicht-materiell, weshalb die "Erbringung [der Leistung] mit Unsicherheit behaftet ist" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 14). Ein touristisches Angebot steht ausserdem in Wechselwirkung mit seiner Umwelt, folglich der ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlich-politischen Umweltsphäre. So wird im Rahmen eines Tourismusangebots auch von sog. touristischen Systemen gesprochen, weil sie die Eigenschaften der Offenheit und Dynamik aufweisen. Folglich unterliegen sie laufenden Veränderungen und werden stets in Beziehung mit anderen Leistungsträgern erbracht. (Bieger & Beritelli, 2013, S. 27)

Damit das Anbieten unterschiedlicher Teilleistungen verwirklicht werden kann, benötigt ein Tourismusangebot ein Netzwerk an Partnern. Darunter zählen beispielsweise die Gemeinde, die Infrastrukturen bereitstellt, lokale Geschäfte, die Einkaufsmöglichkeiten bieten oder die Bevölkerung der Ortschaft selbst, die im Rahmen ihres Berufes oder der Bereitstellung von Dienstleistungen und Verpflegungsmöglichkeiten in Kontakt mit den Gästen vor Ort tritt. (Bieger & Beritelli, 2013, S. 15)

Die Art und Weise der Gestaltung eines Tourismusangebots liegt folglich auch im öffentlichen Interesse (Bieger & Beritelli, 2013, S. 14).

"Touristische Leistungen sind persönliche Dienstleistungen" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 16). In gleicher Weise, wie es bei Konsumgüterprodukten üblich ist, sind die Bedürfnisbefriedigung der Besucher sowie das Preis-Leistungsverhältnis zentrale Faktoren bei der Gestaltung der Leistungen der verschiedenen Anbieter (S. 16). Die Grundlage jedes touristischen Angebots ist die "Frage nach dem Kernnutzen" (S. 17). Als besonders attraktiv erweisen sich Tourismusdestinationen, die sich durch ein "abgerundete[s] Gesamtangebot" (S. 51) auszeichnen - denn erst abwechslungsreiche und zusammenhängende Leistungsangebote sind in der Lage, eine Vielzahl unterschiedlicher Besucherströme anzuziehen (S. 51).

2.1.2 Destination

Eine Destination bzw. Tourismusdestination ist ein "geografischer Raum (Ort, Region, Weiler), den der jeweilige Gast (oder ein Gästesegment) als Reiseziel auswählt" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 54). Die "Beherbergung, Verpflegung, Unterhaltung / Beschäftigung" (S. 54) gelten dabei als Teilleistungen des Tourismusangebots und werden vor Ort konsumiert oder in Anspruch genommen. Je besser die

beteiligten Anbieter dabei zusammenwirken, desto wettbewerbsfähiger wird eine Destination (S. 61). Folglich stehen aus kundenorientierter Perspektive die Dienstleistungsketten im Aufenthalts- und Bezugsraum im Vordergrund - und nicht mehr nur einzelne Branchen für spezifische Gästesegmente (S. 63).

Weiter kennzeichnet sich eine Destination durch ihre Attraktionspunkte aus, welche aufgrund ihrer "Belebtheit / Ansammlung von Personen eine zusätzliche Anziehungskraft" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 54) besitzen. Mit der Wahl eines oder mehrerer Attraktionspunkte - die gezielt vermarktet werden und so gleichzeitig als Motivationsgrund für die Destinationswahl angesehen werden können, gehen immer auch Aktivitäten einher. "Diese Aktivitäten sind umso spezifischer, je stärker sie aus einem Attraktionspunkt abgeleitet sind respektive sich an diesen anlehnen" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 54). So wird im Kontext von Destinationen auch von sog. Erlebnisräumen gesprochen (Bieger & Beritelli, 2013, S. 265). Aus Sicht des SGDM wird die Destination dabei nicht als ein angebots-, sondern als ein nachfrageorientiertes Konstrukt betrachtet, da Besucherströme die Anzahl dynamischer Anbieternetzwerke beeinflussen (Beritelli et al., 2015, S. 30-31).

2.1.3 Besucherströme

Die Vorstellung von Strömen entstammt der Welt der Tiere - Ameisen, genauso wie Vögel oder Fische weisen ein Schwarmverhalten auf (Beritelli, 2019, S. 8). Die Art und Weise, wie "diese sozialen Spezies sich organisieren und koordinieren", ist auch beim menschlichen Reiseverhalten beobachtbar (Beritelli, zit. in The goal, 2019, Abschn. 20). Obwohl Reisende individuell unterwegs sind, zeigen sich gewisse Verhaltensmuster. In Gebieten, wo es keine besonderen Attraktionspunkte gibt, kommt es auch nicht zur Entstehung von Strömen. (Beritelli, 2019, S. 38)

Erst wenn eine Destination vielfältige Ströme aufweist und die Leistungsbringer die Fähigkeit besitzen, sich entlang der wandelnden Gästebedürfnisse auch immer wieder neu zu erfinden oder sich anzupassen, gilt sie als eine "gute Destination" (Beritelli, zit. in The goal, 2019, Abschn. 15; Beritelli, Crescini, Reinhold & Schanderl, 2019, S. 290). Weil sich Besucherströme in unterschiedlichen Phasen des Lebenszyklus ("live cycle stages") befinden, ist auch der ökonomische Erfolg einer touristischen Destination von mehreren Strömen abhängig (Beritelli et al., 2019, S. 294). Beritelli (2019) fasst zusammen: "Je zahlreicher, je vielseitiger, je unterschiedlich begründet die Besucherströme sind, desto gesünder die Tourismussysteme in einer Region. Komplexe Systeme sind resilienter als einfache Systeme" (S. 38).

2.2 Das St.Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM)

2.2.1 Besucherstrom-Ansatz in sechs Schritten

Analog des "Ameisen-Algorithmus" - wo Ameisen nach Pheromonspuren suchen und Ameisenstrassen auf ihrem Weg zu Futterquellen bilden, kann auch jeder Gast einem Strom zugeordnet

werden (Beritelli, zit. in *The goal*, 2019, Abschn. 4). Die jeweiligen Besucher weisen dabei eine Homogenität hinsichtlich ihrer Bedürfnisse, Attraktionspunkte und Aktivitäten auf (Beritelli, zit. in *The goal*, 2019, Abschn. 4; Zueriost.ch, 2015, Abschn. 5-6).

Genauso, wie sich die Wege zu neuem Futter bei Ameisenströmen verändern, sehen sich Tourismusorte mit verändertem Gästeverhalten konfrontiert. Im Tourismuskontext ist es deshalb nicht möglich, in eine weite Zukunft zu planen - "es ist ein laufendes Lernen, Überprüfen und Handeln" (Beritelli, zit. in *The goal*, 2019, Abschn. 18). Daher stellt der Besucherstrom-Ansatz die Notwendigkeit des Verständnisses von Strömen in den Vordergrund - die am Tourismusangebot beteiligten Akteure müssen verstehen, welche Wünsche und Bedürfnisse Besucher mitbringen und wie sie sich vor Ort bewegen (Beritelli et al., 2019, S. 289).

Das SGDM stellt einen Ansatz in sechs Schritte dar. Im ersten Schritt des Kreislaufs sollen individuelle Besucherströme identifiziert werden. Dies erfolgt durch das Zeichnen und Beschreiben typischer, täglicher Besucherströme, die in topografischen Kartenausschnitten mit entsprechender Legende (A3-Format) festgehalten und visualisiert werden. Auf diese Weise können Aktivitätsmuster der Besucher aus Sicht der Nachfrager rekonstruiert werden. Auch wenn Besucher während ihres Aufenthalts zwar verschiedene Tagesausflüge planen können und damit unterschiedliche Ströme bilden, wird davon ausgegangen, dass jeder Gast aus einer dominanten Motivation heraus reist - beispielsweise aufgrund von Motiven wie dem Interesse an Campingurlaub oder Kulturgeschichte (McKercher & Prideaux, 2014, S. 24, zit. in Beritelli et al., 2015, S. 71). Um typische Ströme ausfindig zu machen, enthält die Legende der Karten folgende W-Fragestellungen, die für jeden einzelnen Strom bzw. jedes Besucherprofil beantwortet werden: Wer, wieso, was, wo, wann und wie weit. (Beritelli et al., 2015, S. 45-47)

Auf die genannten Felder in der Legende wird in Kapitel 3.2 detailliert eingegangen.

Im Rahmen des ersten Schritts des SGDM werden die individuellen Besucherbewegungen folglich zu Hauptströmen zusammengefasst und als solche definiert. Im zweiten Schritt erfolgt dann die Überlappung dieser Ströme zu einem Gesamtbild möglicher Ströme in der Destination. Wie die variable Geometrie zusammengestellt wird, wird im darauffolgenden Kapitel näher beschrieben. Im dritten Schritt werden die Nachfrage- und Angebotsseite gegenübergestellt. Ausserdem beinhaltet der dritte Schritt das Herauskrystallisieren von Gebieten mit "high visitor frequencies" (Beritelli et al., 2015, S. 77), folglich stärker besuchter Räume mit entsprechenden touristischen Attraktionspunkten. Es lohnt sich, diesen Gebieten Aufmerksamkeit zu schenken, wenn es um zukünftige Entwicklungsprojekte geht, denn sie kennzeichnen sich durch eine bereits konstante Besuchernachfrage, auf die Leistungsanbieter zählen können. Im vierten Schritt soll schliesslich ein Marketingkonzept für die potenzialträchtigen und ausbaufähigen Ströme erstellt werden. (Beritelli et al., 2015, S. 44, 68, 75, 77)

Auf die weiteren Teilschritte wird hier nicht näher eingegangen, da diese nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit sind. Der SGDM-Kreislauf sieht wie folgt aus:

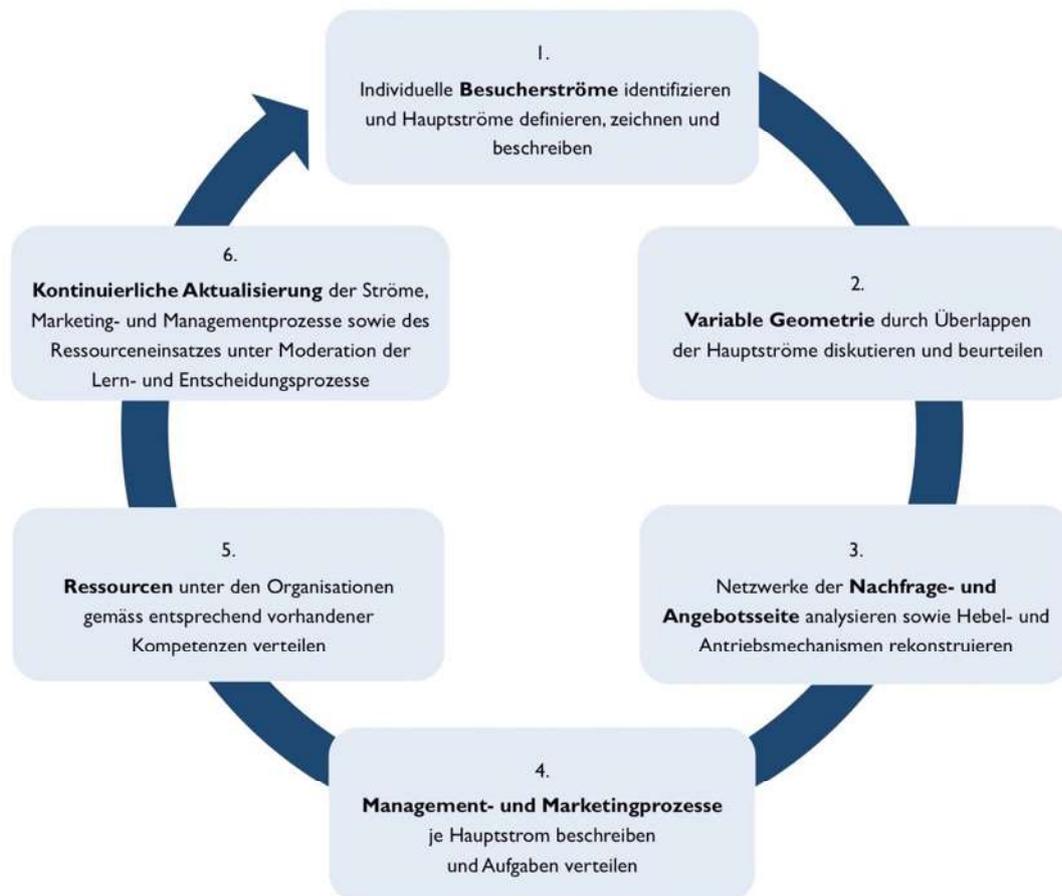


Abbildung 1: SGDM-Kreislauf in sechs Schritten (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli et al., 2015, S. 44)

2.2.2 Variable Geometrie

Besucherströme können rekonstruiert werden. Durch das Aufeinanderlegen der Einzelströme kann in einer gemeinsamen Grafik aufgezeigt werden, "wo räumliche Schwerpunkte liegen" (Bieger & Beritelli, 2013, S. 263). Ströme konzentrieren sich auf bestimmte Gebiete einer Destination, während andere Bereiche keine oder kaum Gäste zählen. Ähnliche Besucherprofile wählen dabei ähnliche Aktivitäten aus, wodurch sich räumlich und zeitlich konstante und wiederholende Ströme bilden. (Beritelli, et al., 2019, S. 292)

Von der Angebotsseite her gesehen ist es deshalb umso wichtiger, dass private und öffentliche Akteure zusammenarbeiten, um die unterschiedlichen Besucherbedürfnisse bedienen zu können und Wettbewerbsfähigkeit im Markt der Tourismusdestinationen zu erlangen. Dabei orientieren sich die touristischen Initiativen und Kooperationen im Rahmen des SGDM entlang des Verhaltens der Nachfrageseite bzw. der Besucherströme. (Beritelli et al., 2019, S. 290, 300)

Zusammenfassend kommt der Besucherstrom-Ansatz einer Vielzahl an Akteuren zugute und unterstützt diese im Verstehen von touristischem Besucherverhalten, wobei dieses Wissen wiederum

als Ansatzpunkt für Marketing- und Managementaktivitäten für die Tourismusdestination genutzt werden kann (Beritelli et al., 2019, S. 290). Denn durch das Analysieren des Besucherverhaltens - was unterschiedliche Gäste tun, wohin sie gehen und welche Attraktionen sie besichtigen, weshalb, wann, mit wem und wieviel sie dabei ausgeben - hilft zu verstehen, dass und wie eine Tourismusdestination von den Perspektiven und den Bewegungen ihrer Besucher geprägt ist (Beritelli et al., 2019, S. 292; Bieger & Beritelli, 2013, S. 262). Durch das Beobachten der Stöme wird auch ersichtlich "was gut oder weniger gut läuft und wer mit wem zusammenarbeiten sollte" (Beritelli, zit. in The goal, 2019, Abschn. 4).

2.2.3 Destinorama

Der SGDM-Ansatz kommt im Rahmen von Workshops zur Anwendung und bringt unterschiedlichste Informanten zusammen. So sind nicht nur lokale Führungskräfte, sondern gerade Mitarbeitende, die in engem Kontakt mit Tourismuskästen stehen, geeignete Teilnehmende für solche Workshops. Auch Personen an der Hotelrezeption oder Busfahrer können genaue Auskunft geben, woher Gäste kommen und entlang welcher Wege und Attraktionen sie sich in grossen Massen bewegen. (Beritelli et al., 2015, S. 73)

Der Begriff des Destinoramas beschreibt eine neue Planungsphilosophie von Tourismusdestinationen (Beritelli et al., 2015, S. 85). Dabei werden die Planung und das Management einer Destination als "professionell geführter Prozess" verstanden (Beritelli, 2019, S. 31). Die Destination Management Organization (DMO) stellt neutrale Moderatoren zur Verfügung, welche die Arbeit der verschiedenen Akteure im Prozess des Lernens und Aktualisierens der Ergebnisse begleiten. Arbeitsblätter und Kartenausschnitte dienen als Grundlage für das Einzeichnen und Analysieren der Besucherströme. Ziel dieses Vorgehens ist es, sich in einer entspannten Umgebung auszutauschen und dass alle Beteiligten "rasch und einfach verstehen, was alles in der Destination läuft" (Beritelli, 2019, S. 31). (Beritelli et al., 2015, S. 170)

Aus Erfahrungen mit dem Destinorama hat sich gezeigt, dass grundsätzlich maximal 12 Personen pro Workshop eingeladen werden sollten, die gemeinsam über mögliche Besucherströme reflektieren und diese aufzeichnen sowie ihre Ideen und Vorschläge in der Gruppe teilen. Das Ausfüllen der Karten benötigt keine grossen Erklärungen, sondern es ist ein intuitiver Prozess, der schlussendlich einen Überblick über die Synergien in der Destination geben soll. Dabei werden die möglichen Ströme in der variablen Geometrie (vgl. Kapitel 2.2) zusammengetragen und visualisiert. Die jeweiligen Akteure und Leistungsanbieter können in einem späteren Schritt auf Basis der Ströme persönliche Handlungsnotwendigkeiten ableiten, Marketingprozesse gestalten und Kooperationen eingehen. (Beritelli et al., 2015, S. 171; Beritelli, 2019, S. 31)

3 Anwendungsfeld

Der Besucherstrom-Ansatz des SGDM, wie in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben, findet in der vorliegenden Arbeit auf der Insel Murter Anwendung. Die Insel gilt als eine Tourismusdestination am Mittelmeer und wird im Folgenden detailliert als Anwendungsfeld vorgestellt.

3.1 Insel Murter

Kroatien liegt geografisch an der östlichen Adriaküste, während sich die Insel Murter im mittleren Küstenabschnitt befindet, zur Region Dalmatien gehört und über eine Zugbrücke mit dem Festland verbunden ist (Kroati-Reisen GmbH & Co. KG, 2006-2020, Abschn. 1-2). Murter ist Mitglied des Landeskreises Šibenik-Knin (Šibensko-kninska županija, 2020, Abschn. 1), wobei Šibenik selbst die der Insel nahegelegendste Stadt auf dem Festland ist - rund 30 km südlicher von Murter gelegen (Kroati-Reisen GmbH & Co. KG, 2006-2020, Abschn. 1). Ausserdem gehört Murter zum Šibenik-Archipel und zählt damit zur "dichtesten Inselgruppe an der Adria und im Mittelmeer" (Murter-Kornati, 2006-2011a, Abschn. 2). Insgesamt zählt der kroatische Küstenraum über Tausend, genau 1'244 Inseln (Kroatische Zentrale für Tourismus, 1992-2020a, Abschn. 1).

Die geografische Lage der Insel ist auf der folgenden Karte ersichtlich:

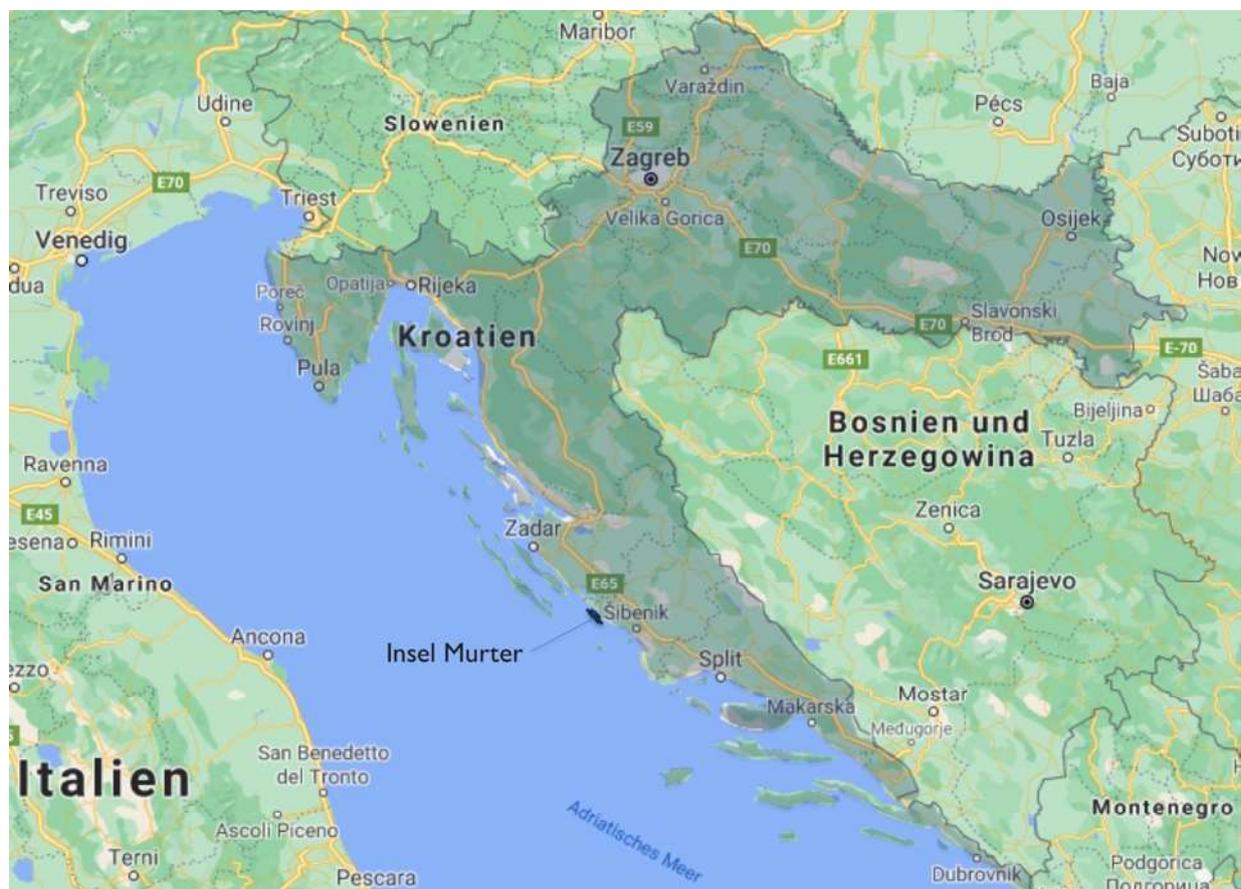


Abbildung 2: Geografische Lage der Insel Murter (eigene Darstellung, in Anlehnung an Google (2020))

Weiter liegt Murter zwischen zwei internationalen Flughäfen, Zadar und Split. Die Entfernung von Zadar nach Murter beträgt 60 km, von Split sind es 105 km. Die Anreise ist auch mit Bus, Zug, Auto oder Fähre sowie Schiff möglich. Schiffshäfen sind auf der Insel selbst vorhanden, während die Zugverbindungen über Šibenik verlaufen und die Insel Murter von dort aus in rund 30 Minuten per Bus oder Taxi erreicht werden kann. (Murter-Kornati, 2006-2011b, Abschn. 1-6)

3.1.1 Vier Ortschaften, zwei Gemeinden

Die Insel setzt sich aus vier Ortschaften zusammen - Murter, Betina, Tisno und Jezera. Diese stellen wiederum zwei Gemeinden auf kommunaler Ebene dar. Es wird zwischen der Gemeinde Murter-Kornati und der Gemeinde Tisno mit den Ansiedlungen Betina und Jezera unterschieden. Aufgrund der Zugehörigkeit der Insel zum Landkreis Šibenik-Knin werden die lokalen Tourismuszentralen dem Tourismusverband Šibenik-Knin zugeordnet. Alle vier Siedlungen führen wiederum eine eigene Zentrale für Tourismus. (Murter-Kornati Tourist Board, 2019b; Turistička zajednica općine Tisno, 2019a; Turistička zajednica Jezera, 2013-2020; Turistička zajednica Betina, 2013-2020)

Zur Gemeinde Murter-Kornati gehört die Ortschaft Murter sowie die nahegelegenen Inseln des Nationalparks Kornati, welche sich seit Generationen in Besitz der Murterianer befinden. Die Gemeinde zählt über 2'000 Bewohner, wobei auf den Kornati Inseln lediglich rund 30 Personen leben (Općina Murter, 2013, Abschn. 1). Die Gemeinde Tisno hat eine um ein Tausend höhere Bevölkerungszahl, die bei über 3'000 liegt. Spezifisch für Tisno ist, dass ein Teil der Gemeinde zum Festland und der andere zur Insel gehört. Die Ortschaften Betina mit allein rund 700 und Jezera mit rund 900 Bewohnern gehören als Siedlungen zur Gemeinde Tisno. (Službene stranice Općine Tisno, 2020, Abschn. 1-2)

Die beiden Gemeinden zählen folglich zusammen mehr als 5'000 Einwohner. Grössenmässig beläuft sich die Insel auf eine Länge von 11.2 km und eine Breite von 0.6 bis 3.1 km. (Murter-Kornati, 2006-2011a, Abschn. 1)

3.1.2 Natur- und Kulturgut

Gemäss des Reisemagazins von Voucherwonderland gilt die Insel Murter als eine der "12 schönsten Adria-Inseln" (Abschn. 1) sowie als ein "Paradies für alle Liebhaber der kroatischen Küche" (Abschn. 2), denn die murterischen Einwohner sind seit Generationen im Fischfang und der Landwirtschaft, insbesondere dem Olivenanbau, tätig (Reisemagazin|voucherwonderland.com, o. D.). Diese Traditionen wurden beibehalten, auch wenn heute beinahe jeder der über 5'000 Einwohner auch im Tourismus tätig ist (Adriatic.hr, 2000-2020, Abschn. 1). Folglich ist die Insel Murter für frischen Fisch und Oliven bekannt, so wie die bekannte Insel Hvar für Lavendelfelder und Wein oder die Insel Pag für Ziegenkäse und Lammfleisch. Im Vergleich zu anderen kroatischen Touristeninseln, beispiels-

weise den südlicher gelegenen Inseln Brač und Hvar, ist es auf Murter wahrscheinlicher, "eine ruhige Ecke zu finden" (Adriatic.hr, 2000-2020, Abschn. 2).

Die Insel weist auch ein breites Natur- und Kulturerbe auf. Die Lebensweise der Murterianer war seit jeher dem Schiffbau und dem Segeln sowie der Landwirtschaft gewidmet. Noch heute identifizieren sich die Bewohner von Murter mit dem Segeln, die von Betina mit dem Schiffbau, die Einwohner von Tisno mit der Agrikultur und Jezera steht noch immer für einen typischen, dalmatinischen "Fischer- und Seemannsort" (Škojić d.o.o. Jezera, 2020, Abschn. 1). (Murter-Kornati Tourist Board, 2019a, Abschn. 3)

Dass die verschiedenen Traditionen auf der Insel - darunter zählen auch ortschaftsspezifische Gesänge, Trachten sowie gastronomische und kulturelle Veranstaltungen - gepflegt und bewahrt werden, macht Murter zu "an inland like no other" (Murter-Kornati Tourist Board, 2019b, Abschn. 3).

3.2 Methodik der Untersuchung

Die folgenden Kapitel beschreiben die Methode der Datensammlung im Detail. Diese beruht auf den Schritten 1-4 des SGDM-Kreislaufs (vgl. Kapitel 2.2) und musste aufgrund der COVID-19-Situation entsprechend angepasst werden.

3.2.1 Fokus der Untersuchung

Die Untersuchung fokussiert sich in einem ersten Schritt auf das Identifizieren und Beschreiben von individuellen Besucherströmen auf der Insel Murter - auf Basis ausgefüllter Kartenausschnitte und Legenden. Im zweiten Schritt des SGDM-Kreislaufs werden die Einzelströme zu Hauptströmen zusammengefasst und das Portfolio aller Ströme der Insel diskutiert. Im Rahmen der Schritte 3-4 erfolgen die Visualisierung der Nachfrage- und Angebotsseite sowie die Beschreibung möglicher Marketingkonzepte für Ströme mit besonders hohem Entwicklungspotenzial.

3.2.2 Form der Datensammlung

Aufgrund der COVID-19-Situation im Sommer 2020 konnten die Workshops nicht in der ursprünglich geplanten Art und Weise - und wie gemäss des SGDM vorgesehen - durchgeführt werden. Anstelle von zwei Workshops mit je 10-12 Personen wurden 20 Personen individuell (jeweils einzeln oder zu zweit) vor Ort besucht. Die A3-Papiere mit Kartenausschnitten der Insel Murter sowie die dazugehörige Legende dienten als Grundlage der Datensammlung. Als Vorlage bzw. Musterbeispiele wurden fünf Karten sorgfältig in Zusammenarbeit mit den ersten Befragten ausgefüllt, um eine Struktur für das Ausfüllen der Legende zu erarbeiten, an welcher sich die anderen Interviewpartner für die nachfolgenden Karten orientieren konnten. Die auf den Vorlagen beschriebenen Besucherströme zeigten den Aktivtourismus (Jogging, Wandern und Fahrradfahren) im Familien- und Paarurlaub sowie die tägliche Bewegung einer Pensionärin auf der Insel auf. Mithilfe dieser

Besucherstrombeispiele wurden analog die insgesamt 33 Karten ausgefüllt. Dies erfolgte in Form von Interviews, indem die Fragestellungen bzw. Felder auf den Karten erklärt und sodann schrittweise schriftlich beantwortet wurden.



Abbildung 3: Interviews in Gemeindehaus von Tisno (eigene Aufnahmen)



Abbildung 4: Interviews in Tourismuszentrale von Jezera, im "Museum of Wooden Shipbuilding" (Betina) und in Öffentlicher Bibliothek von Tisno (eigene Aufnahmen)

Auf jeder Karte galt es, die nachfolgenden 14 Legendenfelder der Reihe nach auszufüllen. In den Klammern stehen die Formulierungen, wie sie zur Begleitung beim Ausfüllen der Legende aus Gründen der Verständlichkeit genutzt wurden:

1. Code / Name von klassischem Besucher (Welche Art von Tourist besucht die Insel häufig?)
2. Tagesbesucher oder Übernachtungsgast (Wie viele Tage bleibt dieser Besucher durchschnittlich auf der Insel?)
3. Wer / Woher / Profil (Wie kann der Besucher beschrieben werden? Woher kommt er? Was schätzt er an seinem Urlaub auf der Insel?)
4. Was / Wie viele Euros (Wie viel Geld gibt der Besucher pro Tag aus?)
5. Wann (In welcher Jahreszeit und in welchen Monaten ist er auf der Insel?)
6. Wie viele Besucher (Wie sieht die Verteilung dieser klassischen Besucher aufs Jahr verteilt aus?)
7. Wie weit (life cycle) (Reifegrad bzw. Phase des Lebenszyklus des jeweiligen Besucherstroms)
8. Systemkopf / -köpfe (Welche Attraktionspunkte auf der Insel werden an einem Tag besucht?)
9. Marktbeeinflusser (Was hat ihn dazu bewogen, genau auf der Insel Murter Urlaub zu machen?)
10. Was läuft gut (Was wird dem Besucher touristisch bereits geboten? Womit ist der Besucher bekanntlich zufrieden?)

11. Herausforderungen (Wo liegen die Schwachstellen des Tourismusangebots?)
12. Verbesserungsmöglichkeiten / Lösungen (In welchen Bereichen und wodurch könnte das touristische Angebot noch verbessert werden?)
13. Weiterführendes / Wissenswertes
14. Kümmerer / Verantwortliche (Wer wäre die Ansprechperson für die Realisierung der Verbesserungsvorschläge?)

Der Besuch der Personen vor Ort auf der Insel Murter fand im Zeitraum vom 10. bis 30. Juni 2020 statt. Im Anschluss an die Durchführung der Interviews wurden die Karten von der kroatischen in die deutsche Sprache übersetzt und digital festgehalten (vgl. Anhang A-J).

Die Namen und Funktionen der Interviewpartner sind im Interviewverzeichnis aufgelistet. Bei der Wahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, dass diese folgende drei Kriterien erfüllen:

- Die Interviewpartner leben und arbeiten auf der Insel (in Murter, Betina, Tisno oder Jezera),
- sind auf unterschiedliche Weise mit Touristen in Kontakt (Fokus Sommersaison),
- und / oder kennen die Insel und haben deren touristische Angebote selbst mehrfach erlebt.

So haben Personen aus der Tourismusbranche sowie Einheimische, die Berührungspunkte mit Touristen haben, und Ferienhausbesitzer mit ihren jeweiligen Perspektiven zum Gesamtbild typischer Besucherströmen auf der Insel beigetragen. Die Fotoaufnahmen zeigen ein paar Eindrücke.



Abbildung 5: Interviews in Tourismuszentrale von Tisno (eigene Aufnahmen)



Abbildung 6: Interviews in Ferienanlage "Jezera Village", Hotel "Borovnik" und Friseursalon "Tina" (eigene Aufnahmen)

Die erarbeiteten Karten inkl. Legenden bilden den Grundbaustein für die Erarbeitung der Resultate in den nachfolgenden Kapiteln.

4 Resultate

In den folgenden Kapiteln werden in einem ersten Schritt neun verschiedene Besucherströme vorgestellt, die sich auf Basis der ausgefüllten Kartenausschnitte* ergeben. Zu jedem Strom werden ausserdem mögliche Herausforderungen und Verbesserungsmöglichkeiten vorgestellt. Schliesslich werden alle Ströme mithilfe der variablen Geometrie in einer Grafik zusammengetragen und die Nachfrage- sowie Angebotsseite visuell vernetzt. Auf den Erkenntnissen basierend wird abschliessend für die potenzialträchtigsten Ströme je ein Marketingkonzept zusammengetragen sowie Vorschläge für allgemeine Vermarktungsmöglichkeiten der Insel gegeben.

4.1 Beschreibung der identifizierten Besucherströme

Die folgenden Seiten beschreiben die neun identifizierten Hauptströme der Insel: Campingurlauber, Festival- und Konzertbesucher, aktive Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer), Aktivurlauber (Spaziergänger, Jogger und Wanderer), Nationalparkbesucher, Kulturinteressierte, Luxusurlauber, Bade- und Strandurlauber sowie Kurzurlauber und Nautiker. Die Strukturierung der jeweiligen Unterkapitel orientiert sich dabei an den ausgefüllten Karten und darin beantworteten Fragestellungen (vgl. Kapitel 3.2.2).

Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei den einzelnen Strömen sowohl um ausländische Touristen wie auch kroatische Staatsbürger handeln kann. Woher die Urlauber mehrheitlich stammen, wird bei den jeweiligen Hauptströmen näher beschrieben. Die Beschreibungen entstammen, wo keine andere Quelle angegeben ist, aus den ausgefüllten Legenden bzw. Kartenausschnitten (vgl. Anhang A-I)*.

**Bei den verwendeten Kartenausschnitten handelt es sich um eine Karte der Tourismusagentur Tisno (Printversion).*

4.1.1 Campingurlauber

Wer (Profil):

Typische Campingurlauber auf der Insel sind vor allem Familien mit einem oder mehreren Kindern, Pensionäre oder Gruppen. Die älteren Gäste kommen mehrheitlich aus Deutschland und Österreich, während Familien mit Kindern gemäss den Angaben des Leiters des Campings "Jezera Village" prozentual am häufigsten aus Deutschland (60%), Slowenien (15%) und Tschechien (10%) anreisen. Weiter gelten Niederländer und Dänen als Stammgäste einiger Campinganlagen auf der Insel.

"Trigger" für die Wahl der Insel Murter als Campingdestination sind zum einen Tourismusmessen im Heimatland sowie Angebote mit vergleichsweise eher günstigen Preisen und einem guten Preis-Leistungsverhältnis. Ausserdem werden Campinganlagen von Freunden empfohlen - die gute Infrastruktur, Ruhe sowie Kinder- und Familienfreundlichkeit sind wesentliche Argumente für einen Besuch. Auch die Nähe zu Nationalparks für Tagsausflüge, die unberührte Küste mit einsamen Buchten und die Wetterbedingungen des Mikroklimas gelten als Vorzüge der Insel. Campinggäste schätzen naheliegende Angebote für Kinder und Erwachsene sowie Aktivitätsmöglichkeiten und saubere Strände in direkter Campingumgebung. Weiter legen sie Wert auf gepflegte Anlagen. Wichtig ist für diese Besucher auch, dass sie Ausflüge und Fahrradtouren in die Natur sowie zu Sehenswürdigkeiten der Insel vor Ort buchen bzw. in der Nähe besichtigen können. Die Bedürfnisse nach Ungebundenheit und sich "wie Zuhause" zu fühlen sind ebenfalls gross. Aus diesem Grund seien immer häufiger Mobilheime gefragt - bei jenen, die nicht in Besitz eines eigenen Wohnmobils sind und die mehr Naturnähe erleben möchten als in einem Apartmentzimmer. Zuletzt sind es oftmals Stammgäste, deren Sommerurlaub auf dem Camping "zur jährlichen Familientradition" wurde.

Wo:

Die Campingurlauber auf Murter verbringen ihre Ferien die meiste Zeit auf der Campinganlage selbst. Mehrmals genannt wurden die Ferienanlagen "Jazina" auf dem Festland von Tisno, "Jezera Village", "Plitka Vala" und "Slanica" auf der westlichen Seite der Insel in Richtung Kornati Nationalpark. Ausserdem werden Buchten von diesen Gästen stark besucht. Darunter zählen insbesondere die unbebauten Buchten "Koromašno" und "Heiliger Nikola", welche von den Campinganlagen aus zu Fuss oder mit dem Fahrrad erreichbar sind. Weiter gelten die Spazierwege bzw. Promenaden zwischen Betina, Tisno und Jezera sowie die jeweiligen Zentren der drei Ortschaften als Systemköpfe. Auch die Hauptstrasse über die ganze Insel hinweg wird als Mittel "um von einem zum anderen Ort zu gelangen" genannt. Weiter besuchen Campingurlauber Restaurants, Aquaparks für Kinder sowie teils Mietstationen für Rent-a-Boat und das "Museum of Wooden Shipbuilding" in Betina.

Wann:

Campingurlaub für Familien hat in den Sommermonaten von Juni bis September Hochsaison. Aber auch in der Vor- und Nachsaison, die am 15. April startet und bis zum 15. Oktober dauert, zählen Campings insbesondere Pensionäre als Besucher. Diese bleiben teils bis zu 2-3 Monate auf derselben Campinganlage. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 7-14 Tage.

Identifizierte Herausforderungen:

Bei den genannten Campinganlagen auf Murter fehlen bis anhin Investitionen in die gesamte Infrastruktur, um Gästen die erwartete Qualität liefern zu können. Dies betrifft insbesondere die Apartmentzimmer und am Strand die Ein- und Ausstiegsplätze ins Meer sowie Boots- und Schiffs Liegeplätze. Weiter ist der freie Internetzugang noch limitiert. Die Gemeinde Tisno hat bereits die Zugänge "e-tisno" und "WIFI4EU" eingerichtet, jedoch ermöglichen diese noch kein inselweites Internetkonzept. Schliesslich gilt auf der Insel grundsätzlich die Herausforderung, die "Digitalisierung von Prozessen [zu] verstärken".

Verbesserungsmöglichkeiten:

Für die Campinganlagen sind zusätzliche Investitionen und Renovationsarbeiten notwendig, um die Infrastruktur der Unterkünfte, Sanitärbereiche und Ein- und Ausstiegsplätze an den Stränden zu verbessern. Weiter könnten die Unterhaltungsprogramme für Kinder und Erwachsene sowie der Internetzugang auf der ganzen Insel ausgeweitet werden. Gerade für erwachsene Gäste wären mehr Live-Konzerte und Themenabende spannend. Ausserdem besteht die Nachfrage nach mehr Einkaufsmöglichkeiten direkt vor Ort des jeweiligen Campings, beispielsweise in Form von Märkten mit lokalem Gemüse und Früchten. Allgemein sind die Themen Kooperationspflege und -ausbau von grosser Bedeutung für Campinganlagen. Am Beispiel der Ferienanlage "Jezera Village" ist ersichtlich, wie diese als "kleine Stadt" wahrgenommen wird. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen lokalen Leistungserbringern bietet den Gästen vor Ort diverse Einkaufs-, Verpflegungs-, Sport-, Ausflugs- und Mietmöglichkeiten. Bei den Mobilheimen handelt es sich sogar um Kooperations- bzw. Mietverträge mit europäischen Ländern, beispielsweise Slowenien.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Campingurlauber und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.



Abbildung 7: Visualisierung des Stroms "Campingurlauber" (eigene Darstellung, vgl. Anhang A)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):

Die Kreise mit weissem Hintergrund stellen die Faktoren dar, welche die Nachfrage von Seiten der Besucher beeinflussen (Marktbeeinflusser). Die Kreise mit den blaugefärbten Hintergründen stehen für die Angebotsseite (welche Angebote (oder Systemköpfe) bzw. Anbieter nachgefragt werden).

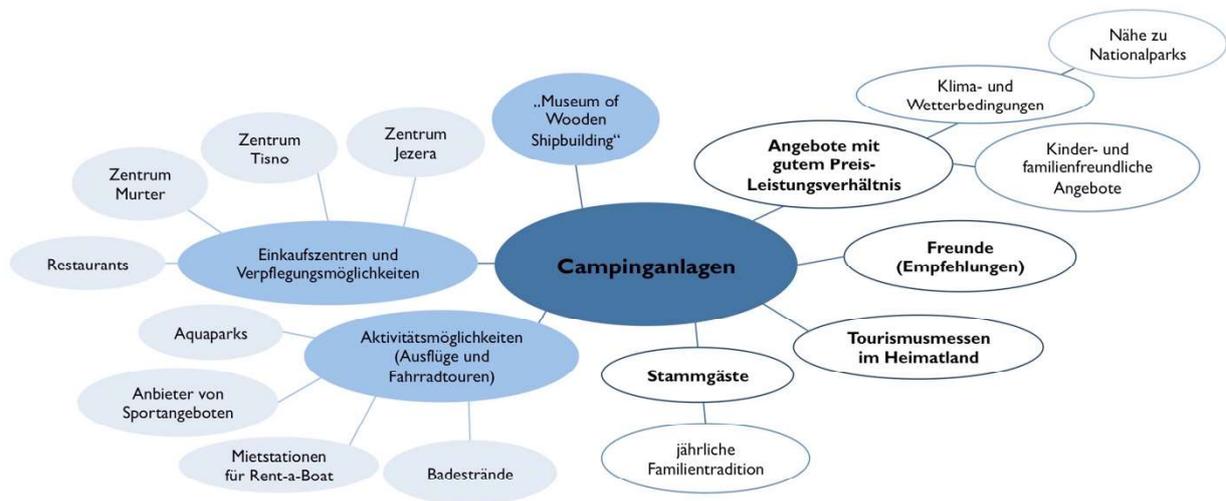


Abbildung 8: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.2 Festival- und Konzertbesucher

Wer (Profil):

Die Festivalbesucher auf Murter sind überwiegend britischer Herkunft. Die Gruppen aus UK und teils auch Deutschland übernachten jeweils in den Apartments nahe der Festivalanlage. Für die Insel gilt das "Garden Festival" am Eingang zu Tisno und zur Insel selbst als Hotspot des Festivaltourismus. Während der zurzeit fünf organisierten Festivaleinheiten wird die Insel von über 10'000 Personen besucht. Das Alter der Gäste beläuft sich über mehrere Generationen hinweg - Musikfans von 17 bis 75 Jahren besuchen die Grossanlage, wobei die Mehrheit Mitte 30 ist. Dieser Gästestrom schätzt die für das "Garden Festival" spezifische Elektro-Musik, Ausgangsmöglichkeiten, ein grosses Veranstaltungsprogramm sowie schöne Strände zum Baden. Wichtig sind diesen Besuchern ausserdem die Infrastruktur des Festival-Standorts, nämlich dass Unterkünfte in der Nähe verfügbar sind und dass es Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants - auch mit lokaler Küche - und Cafés gibt.

Gründe für die Wahl der Insel Murter als Sommerferienort liegen in der Lebensweise der Festivalbesucher. Sie sehen sich selbst als Fans elektronischer Musik und verfolgen, wo die hierfür bekannten DJ's auftreten. Weiter sind die Package-Angebote mit Kombi-Arrangement (Festivalticket-Apartment) attraktiv und die Preise seien im internationalen Vergleich der Festivals günstiger. Insbesondere für die europäischen Besucher ist der Standort des "Garden Festivals" gut gelegen und nebst Musikerlebnissen ist auch Entspannung möglich, da es in Tisno und auf der Insel ruhiger als in anderen Ortschaften ist. Als Marktbeeinflusser werden ausserdem das Marketing des Veranstalters genannt sowie die Mund-zu-Mund-Propaganda und Empfehlungen durch Freunde. Am wesentlichsten ist jedoch das spezifische Musikangebot, welches als Hauptmotivationsgrund für die Reise nach Tisno gilt. Mittlerweile ist das "Garden Festival" zum grössten Event elektronischer Musik gewachsen und gilt als "Mecca for music lovers around the world" (IstriaSun.com™, 2018, Abschn. 1).

Wo:

Die Anlage des "Garden Festivals" in der von der Ortschaft Tisno etwas abgelegenen Bucht zählt als Herz des Festivalurlaubs auf der Insel. Die Besucher verbringen dort Tage und Nächte. Als Übernachtungsunterkunft wählen sie Apartments in der nahen Umgebung, weshalb auch das Zentrum von Tisno als Knotenpunkt gilt, wo es Cafés, Restaurants und Einkaufsmöglichkeiten gibt. Am Abend sind ausserdem das Zentrum von Murter sowie die Ortschaften Pirovac und Vodice beliebte Ausgangsorte mit einem weiteren Club- und Barangebot ausserhalb des "Garden Festivals". Festivalbesucher nehmen sich aber auch gerne Zeit für Tagesausflüge zu den Nationalparks Krka und Kornati sowie zu den Badestränden rund um die Insel.

Wann:

Die Zeit der Festivals liegt in den Hochsommermonaten Juli und August. Im Durchschnitt verbringen Festivalbesucher je Veranstaltung 3-7 Tage auf der "Garden Festival"-Anlage in Tisno.

Identifizierte Herausforderungen:

Der Festivalstandort ist eng mit der dazugehörigen Ortschaft verknüpft. Als problematisch werden die Verkehrsverbindungen von und nach Tisno sowie das Fehlen öffentlicher WC-Anlagen auf der Insel genannt. Ausserdem sind das Unterhaltungsangebot und die Sportmöglichkeiten sowie -anlässe noch ausbaufähig.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Um Tisno als Hotspot für Festivalbesucher noch attraktiver zu machen, sind höhere Investitionen in die touristische Infrastruktur wie öffentliche WC-Anlagen, eine bessere Vernetzung des öffentlichen Verkehrs und kreative Konzepte wie beispielsweise eine "Plattform auf dem Meer (mit Cafés und Möglichkeit, Boote / Schiffe anzubinden)" wünschenswert bzw. erforderlich. Weiter könnten Projekte lanciert werden, mit denen die Festivaltouristen in Events der einheimischen Bewohner integriert werden - in Form von Sportwettkämpfen, wo beispielsweise Basketballspiele für Touristen und Einheimische organisiert werden, oder bei traditionellen Unterhaltungsprogrammen. Beim jährlichen Event "International Donkey Race" in Tisno wird dies bereits umgesetzt - vermehrt machen ausländische Besucher beim Eselrennen als Repräsentanten ihrer Länder mit.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Festival- und Konzertbesucher und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.

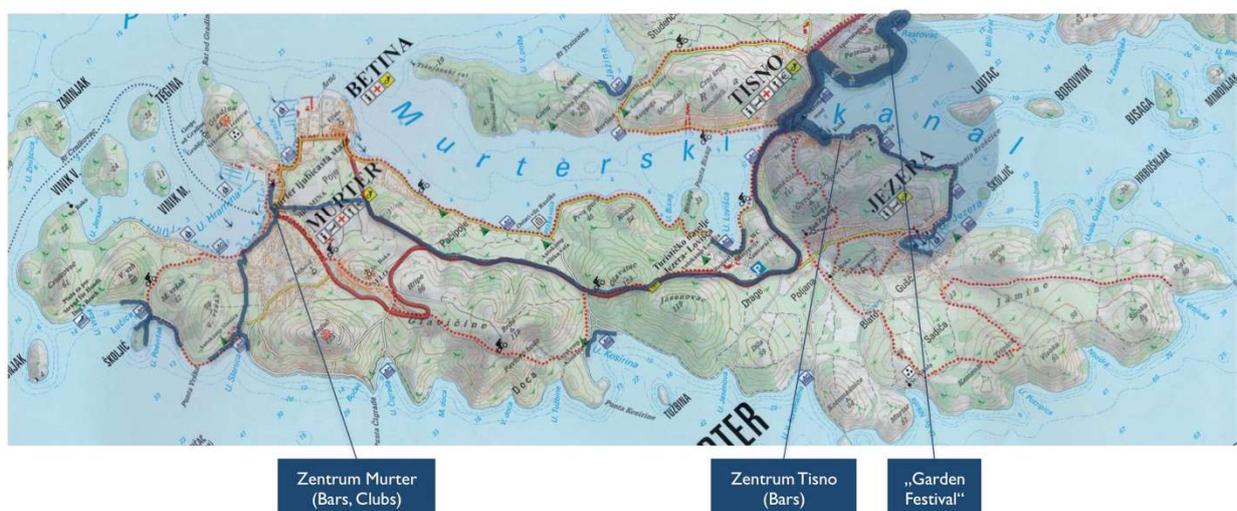


Abbildung 9: Visualisierung des Stroms "Festival- und Konzertbesucher" (eigene Darstellung, vgl. Anhang B)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):



Abbildung 10: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.3 Aktive Gruppenurlauber: Kanu- und Fahrradfahrer

Wer (Profil):

Kanu-Tourismus ist insbesondere bei Familien und unter Freunden beliebt. Die Insel Murter liegt auf der Route einer Kanu-Strecke, die als Arrangement "Zadar - Šibenik - Nationalpark Krka" gebucht werden kann. Die Teilnehmenden im Alter von 15-55 Jahren kommen als gemischte Gruppe zusammen, sind untereinander meist Unbekannte und reisen aus der Ukraine, Deutschland, Norwegen, Österreich, Belgien, aus der Slowakei oder aus Tschechien an. Die Kanu-Gruppen legen nach dem Motto "neuer Tag, neue Destination" täglich 40-50 km zurück und die Tour verläuft auch entlang der gesamten Länge der Insel Murter. Die Küste der Insel wirke der "Monotonie des Ruderns" entgegen.

Auslöser für eine Kanu-Tour entlang Murter sind einerseits die Mitgliedschaft im Europäischen Kanuverband, der die Touren organisiert. Attraktiv ist, dass dabei die gesamte Logistik, der Transport der Gruppe sowie der Kanus, die Verpflegung und die Buchung der jeweiligen Unterkünfte an verschiedenen Orten vom Organisator übernommen werden. Für die Route mit der Insel Murter als Bestandteil des Arrangements entscheiden sich viele aufgrund des guten Marketingauftritts und Mund-zu-Mund-Propaganda.

Fahrrad-Tourismus ist bei unterschiedlichsten Besuchertypen beliebt. Sowohl Paarurlauber und Einzelpersonen, die ihr privates Familienferienhaus auf der Insel haben, als auch Familien, die gleichzeitig Campingurlaub machen, schätzen die inselübergreifenden Fahrradtouren. Das Fahrradfahren ist eine Möglichkeit, sich auf der ganzen Insel bewegen zu können. Es wurden Fahrradfahrer schweizerischer und kroatischer Herkunft genannt.

Weiter hat sich der Fahrrad-Tourismus auch im Bereich organisierter Touren etabliert. Jährlich besuchen geleitete Gruppen von Pensionären (im Alter von 60-80) die Insel auf Holzschiffen, auf

denen auch Fahrräder transportiert werden - sog. "Bike Cruiser", die als Transportmittel fürs Inselhüpfen dienen. Die Teilnehmenden solcher Gruppenreisen kommen vor allem aus Deutschland, Österreich, Norwegen und der Schweiz, wobei es auch schon Gruppen aus Korea, Japan und China gab.

Gründe fürs Fahrradfahren auf der Insel sind bei Ferienhausbesitzern insbesondere das Vorhandensein von Fahrradwegen und die "Freude an Bewegung". Für Fahrradfahrer, die als organisierte Gruppe unterwegs sind, spielen die "Wege durch unberührte Natur (ohne Asphalt)" eine wichtige Rolle. Auch werden diese Gäste im Rahmen eines Ganztagesprogramms auf der Tour professionell und zu den schönsten Stellen der Insel begleitet.

Wo:

Kanu-Reisende sind gantätig in Bewegung und rudern von Ort zu Ort. Die erwähnte Tour startet in der Stadt Zadar. Tisno gilt als Zwischenstopp und Übernachtungsort, wo die Gruppen traditionsgemäß von der Tourismusagentur Tisno in Zusammenarbeit mit der lokalen Feuerwehr mit Grill und Getränken begrüsst werden. Die Kanus werden frühmorgens auf die Anhänger verladen und die Tour verläuft weiter bis nach Šibenik und in den Nationalpark Krka.

Bei organisierten Fahrradtouren werden nebst Zadar und Šibenik auch die südlicher gelegenen Grosstädte Trogir und Split besichtigt. Die mit den Fahrrädern beladenen Holzschiffe legen auch auf der Insel Murter an, in der Bucht "Podvrške". Von dort aus verläuft die Fahrradtour über die markierten Wege der Insel in Form einer Rundstrecke. Oftmals gehören das "Museum of Wooden Shipbuilding" in Betina und die archäologische Fundstätte "Kolentum" in Murter zum Programm. Auch können öffentliche Abendveranstaltungen besucht werden. Am nächsten Tag geht die Strecke per Fahrrad weiter bis aufs Festland zu den Ortschaften Tribunj, Vodice und schliesslich Šibenik.

Fahrradfahrer, die privat auf der Insel Urlaub machen, wählen für Touren ebenfalls jeweils die markierten Wege auf der Insel und besichtigen die Zentren von Murter, Betina, Tisno und Jezera.

Wann:

Organisierte Kanu-Touren finden jeweils von Ende Frühling (Mai) bis Anfang Sommer (Juni) statt. Fahrrad-Tourismus ist zwar klimabedingt ganzjährig möglich, doch er wird von Aktivurlaubern hauptsächlich im Frühling und Herbst, aber auch in den Hochsommermonaten ausgeübt.



Abbildung 11: Fahrrad-Tourismus (Podvorske, Murter) und Kanu-Tourismus (mit Blick auf Betina) (eigene Aufnahmen)

Identifizierte Herausforderungen:

Beim Kanu-Tourismus liegen die identifizierten Herausforderungen nicht im Angebot der Insel selbst, sondern sie betreffen die Zusammenstellung der Arrangements der Kanuveranstalter. Gerade in kleineren Anlegeorten wie Murter und Tisno, verglichen mit den Städten Zadar oder Šibenik, kommen die Kanufahrer wenig in Kontakt mit den lokalen Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Angeboten. Gründe hierfür sind das Fehlen von Gruppenrabatten sowie eingeplanten Besuchstouren auf der Insel. Beim Fahrrad-Tourismus wurde das Fehlen einer Fahrradtour rund um die Insel genannt, die nur über Kieswege und nicht teils über die Hauptstrasse verläuft. Ausserdem sind die Wege "teilweise nicht verbunden und markiert" oder instandgehalten.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Zur Stärkung des Kanu-Tourismus und der lokalen Leistungsanbieter könnten vermehrt Gruppenrabatte (für z.B. Restaurant- und Museumsbesuche sowie kulturelle Veranstaltungen) angeboten werden. Ausserdem wäre das Aufbauen von langjährigen Beziehungen zwischen dem Europäischen Kanuverband und den Tourismusagenturen Betina, Murter und Jezera analog der Freundschaft mit Tisno interessant. Es wäre eine inselübergreifende "Geste" der Gastfreundschaft.

Zur Verbesserung des Fahrradtourismus könnten lokale Fahrradfahrer beitragen, indem sie durch verschiedene Aktionen aufzeigen, "wo Schwachstellen der Wege liegen" und dass Notwendigkeit für die regelmässige Instandhaltung bzw. Restauration der Wege besteht. Diese Informationen würden an die zuständigen Organisationen weitergegeben werden. Hinsichtlich der Fahrradwege besteht ausserdem die Nachfrage nach einer verbundenen Strecke mit einheitlichen Markierungen. Dies könnte in Zusammenarbeit mit Tourismusagenturen erfolgen, die ergänzend Karten der Fahrradwege ausgeben.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der aktiven Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer) und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.

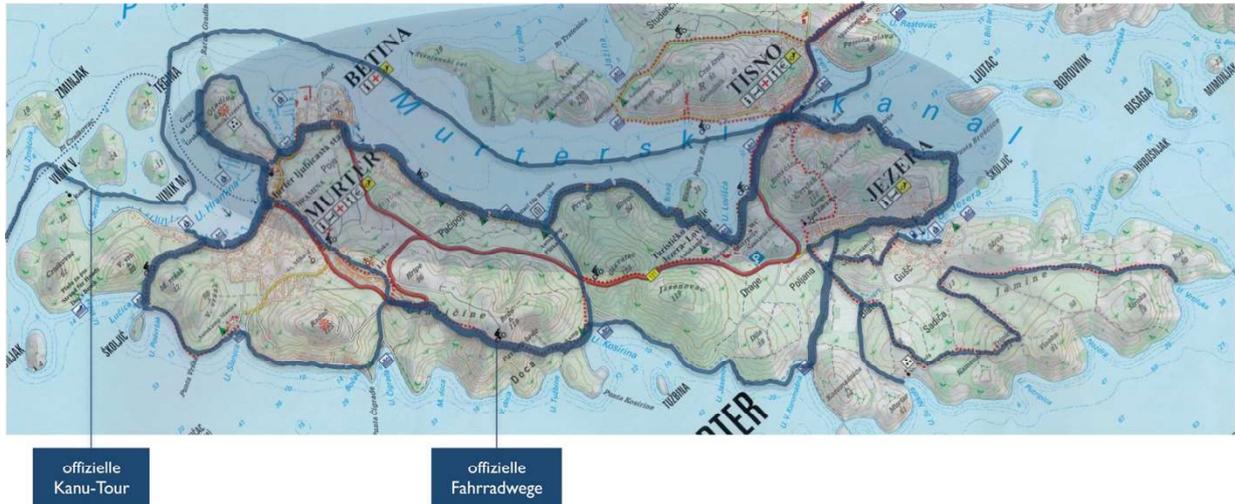


Abbildung 12: Visualisierung des Stroms "Aktive Gruppenurlauber (Kanu- und Fahrradfahrer)" (eigene Darstellung, vgl. Anhang C)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):

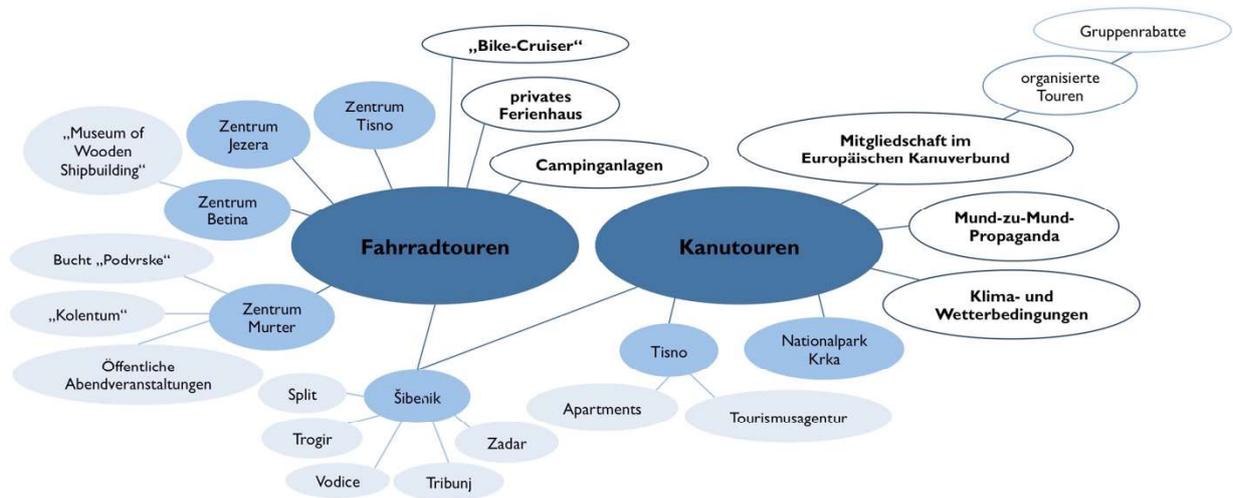


Abbildung 13: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.4 Aktivurlauber: Spaziergänger, Jogger und Wanderer

Wer (Profil):

Spaziergänge, Jogging oder Wandern gelten auf der Insel als typische Beschäftigungsaktivitäten von Familien und Pensionären - folglich sind diese Aktivurlauber meist im breiten Alter von etwa 18 bis 80 Jahren. Zudem sind sie oftmals in Besitz eines eigenen Ferienhauses - mit kroatischer, aber auch mit nicht-kroatischer Herkunft. Während die jungen Erwachsenen das Joggen und die Erwachsenen das Wandern sowie Spazieren in Kombination mit dem Schwimmen bevorzugen, wählen ältere Personen Spaziergänge, die sie mit Kirchen- und Märktebesuchen sowie abends Klapa-Auftritten (Volksmusik-Gruppen aus Dalmatien) kombinieren können. Aktivurlauber schätzen vor allem die Natur mit Flora und Fauna, das Meer und schöne Strände mit Schattenplätzen. Die älteren Generationen erachten die Nähe zur Apotheke und Ambulanz in Tisno sowie zu Kirchen, aber auch die Möglichkeit, lokale und gesunde Lebensmittel vor Ort einzukaufen, als Vorteile der Insel. Die jüngeren Familienurlauber schätzen besonders, dass sie sich inselweit individuell bewegen können. Die Spazierwege bzw. Promenaden von Tisno aus nach Betina und nach Jezera sind bei allen Altersgruppen beliebt und werden häufig genutzt.

Aktivtouristen mit Vorliebe fürs "zu Fuss unterwegs sein" wählen die Insel vorrangig aufgrund guter Wetter- und Klimabedingungen sowie der Inselstruktur. Die mehrheitlich flache Ebene bietet Wahlmöglichkeiten verschiedener Wege, die entlang der grossflächig nicht-bebauten und nicht-asphaltierten Küste und einsamer Buchten vorbeiführen. Weitere Gründe für Aktivurlaub auf Murter sind der Gesundheitszustand bei älteren Personen und wenn Familien ihr eigenes Ferienhaus haben.

Wo:

Inselbesucher, die gerne zu Fuss und sportlich unterwegs sind, nutzen die verschiedenen Spazierwege rund um die Insel, insbesondere die Promenaden am Meer entlang zwischen Betina, Tisno und Jezera. Über die Wege können die Strände "Andrija" und "Velik Banj" in Tisno, der öffentliche Strand von Betina sowie die einsamen Buchten "Koromašno" und "Heiliger Nikola" auf der offenen Seite der Adria erreicht werden. Auch die Wege über Hügel mit Aussichtspunkten und Blick auf die Kornati Inseln sind beliebt, ebenso wie die verschiedenen Kirchen, beispielsweise "Heiliger Andrije" und die Wallfahrtskirche "Heilige Maria von Karavaj" mit Kreuzweg in Tisno. Zu den Systemköpfen in Betina, Jezera und Tisno gehören auch die Cafés am Meer, die jeweilige Altstadt, aber auch das Einkaufszentrum "Tommy" an der Hauptstrasse, Metzgereien, Fischereien und die Apotheke in Tisno werden häufig besucht. Viele Aktivurlauber wählen auch weitergelegenere Ausflugsziele, denn die Insel Murter "ist relativ im Zentrum". So sind der Nationalpark Krka, das Naturschutzgebiet "Vransko Jezero" zwischen Zadar und Murter sowie die Städte Zadar, Tribunj, Šibenik, Trogir und Split für Tagesausflüge beliebt.

Wann:

Spazieren, Joggen und Wandern sind Bewegungsmöglichkeiten für beinahe das ganze Jahr, insbesondere in den Frühlings-, Sommer- und Herbstmonaten. So werden sie von Aktivurlaubern "jeden Tag nach Lust und Laune" ausgeübt.

Identifizierte Herausforderungen:

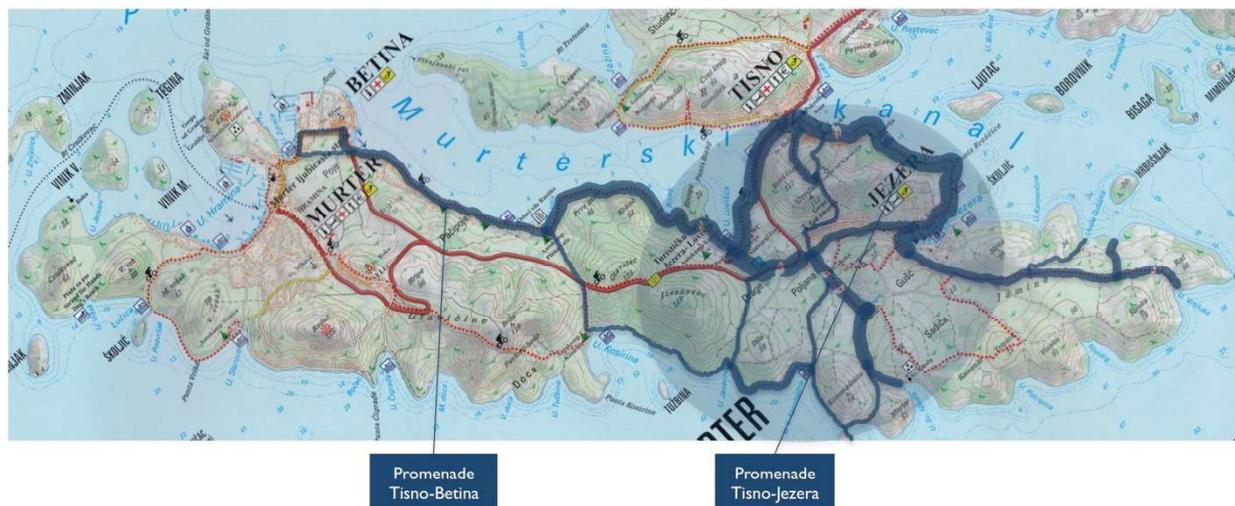
Auf der Insel fehlt es für sportaktive Urlauber an einheitlich markierten Wegen sowie Street Workout Anlagen. Für Spaziergänger und Naturliebhaber gibt es ausserdem keine "von Menschhand kreierten und gepflegten grossen, öffentlichen Oberflächen, z.B. in Form eines mediterranen Botanischen Gartens".

Verbesserungsmöglichkeiten:

Als Verbesserung wäre ein "systematisches Markieren der Wege für Jogging, Fahrradfahren und Spazieren" vorzuschlagen. Auf den naturbelassenen Flächen wäre die Umsetzung von Projekten für mediterrane Gärten denkbar.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Aktivurlauber (Spaziergänger, Jogger und Wanderer) und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.



- Strecke: 1.037 km, für Fussgänger und Fahrradfahrer geeignet, mit Badestränden und Sitzmöglichkeiten gestaltet und gilt als ein gelungenes Beispiel, wie Mehrwert für bestehende touristische Einrichtungen und Angebote geschaffen werden kann (Krnić, 2015, Abschn. 2-3)
- Unterwasserlehrpfad: für Schnorchel- und Taucherlebnisse mit Informationstafeln in kroatischer und englischer Sprache (G. P., 2013, Abschn. 2-3), Projekt entstammte aus der Zusammenarbeit zwischen den beiden Tauchzentren "Mediterraneo Sub" (bietet Unterwasserarbeiten in Kroatien an) und "Tramanto" in Tisno (G. P., 2013, Abschn. 4; Mediterraneo Sub, 2020, Abschn. 1)

Abbildung 14: Visualisierung des Stroms "Aktivurlauber (Spaziergänger, Jogger und Wanderer)" (eigene Darstellung, vgl. Anhang D)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):

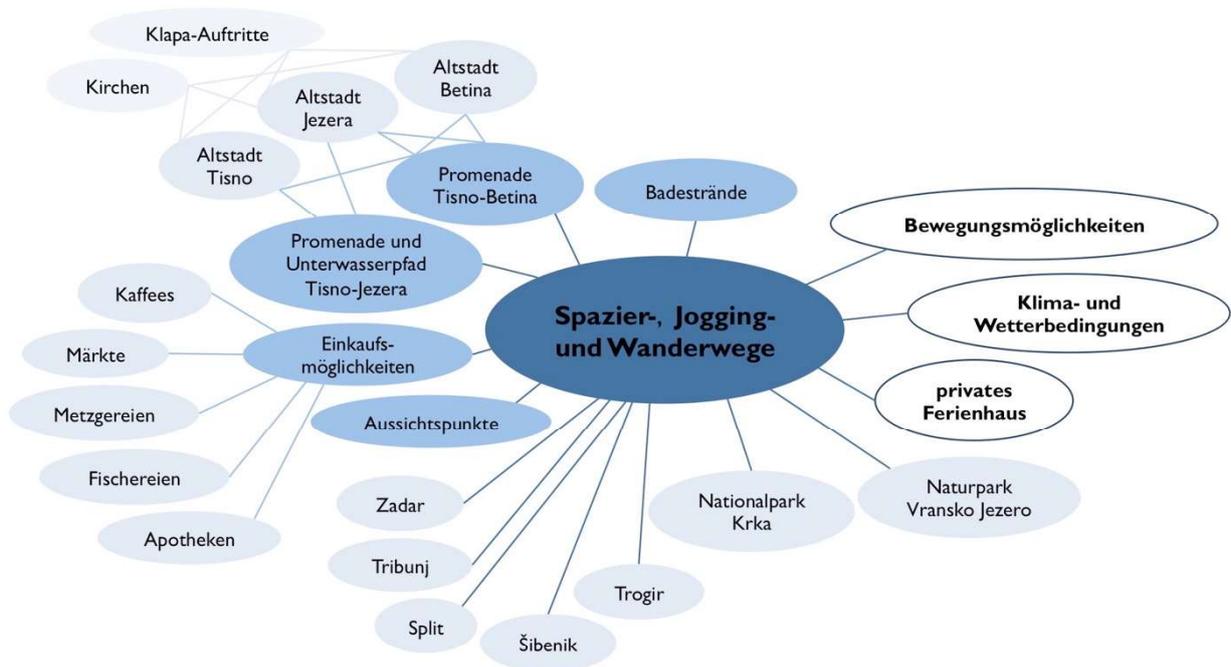


Abbildung 15: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.5 Nationalparkbesucher

Wer (Profil):

Bei den Nationalparkbesuchern handelt es sich um Besucher, die von der Insel Murter aus Tagesausflüge in alle Richtungen machen. Darunter zählen diverse Besuchertypen: Familien- und Campingurlauber, Festival- oder Gruppenurlauber, Pensionärsgruppen und Nautiker. Die Nationalparks Krka und Kornati können individuell oder als organisierter Ausflug inkl. Transport besucht werden.

Weshalb die Nationalparks der Umgebung so oft als Tagesausflugsziele genannt wurden, könnte wie folgt erklärt werden: Bei organisierten Gruppentouren gelten die Nationalparkeintritte als Teil des Arrangements (all-inclusive) und Urlauber auf Camping- oder Festivalanlagen können die Tagesausflüge vor Ort in einer Tourismusagentur zu vergünstigten Preisen und inkl. Transport und Verpflegung buchen. Nicht zuletzt besteht bei Gästen der Insel Murter allgemein ein grosses Interesse an Naturerlebnissen, so dass sich der Besuch der naheliegenden Tagesziele auszahlt.

Wo:

Der Nationalpark Krka gilt bei Gruppenreisen oft als eines der zentralen Ausflugsziele. Die Kornati Inseln sind insbesondere bei Nautikern mit eigenem Boot oder bei Campingurlaubern, die ein Kombi-Ticket für den Eintritt und Transport bei einer Tourismusagentur vor Ort buchen können, beliebt.

Paare machen ausserdem Tagesausflüge zum Naturschutzgebiet "Vransko Jezero", dessen Süswassersee zwischen Zadar und der Insel Murter liegt.

Wann:

Der Nationalpark Krka ist mit Ausnahme einzelner Orte des Parks über das ganze Jahr geöffnet (NP "Krka", 2020a). Der Nationalpark Kornati wird von Mai bis Oktober besucht (Kornati NP, 2014a, Abschn. 2). Während jüngere Personen und Familien die Sommermonate bevorzugen, wählen Senioren und Gruppen vermehrt die Vor- und Nebensaison.



Abbildung 16: Nationalpark Krka (eigene Aufnahmen)



Abbildung 17: Nationalpark Kornati (Schiffsausflug) (eigene Aufnahmen)

Identifizierte Herausforderungen:

Im Nationalpark Krka gibt es wenige Restaurants und Campingplätze in der Nähe der grössten Wasserfälle. Der sich an diesen Aussichtsplätzen bildende Massentourismus aufgrund fehlender Verpflegungsmöglichkeiten und der starken Vermarktung des unteren Rundweges stellt eine Herausforderung dar. Ausserdem werden die Preise der Hochsaison als zu hoch wahrgenommen.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Der Nationalpark Krka könnte mit mehr Restaurants und Campingplätzen ausgestattet werden. Weiter müssten die oberen Rundwege stärker vermarktet werden, um die Besucher ausgeglichener verteilen zu können.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik zeigt die drei National- bzw. Naturparks auf, zu denen die Ströme der Nationalparkbesucher von Murter aus hinführen.

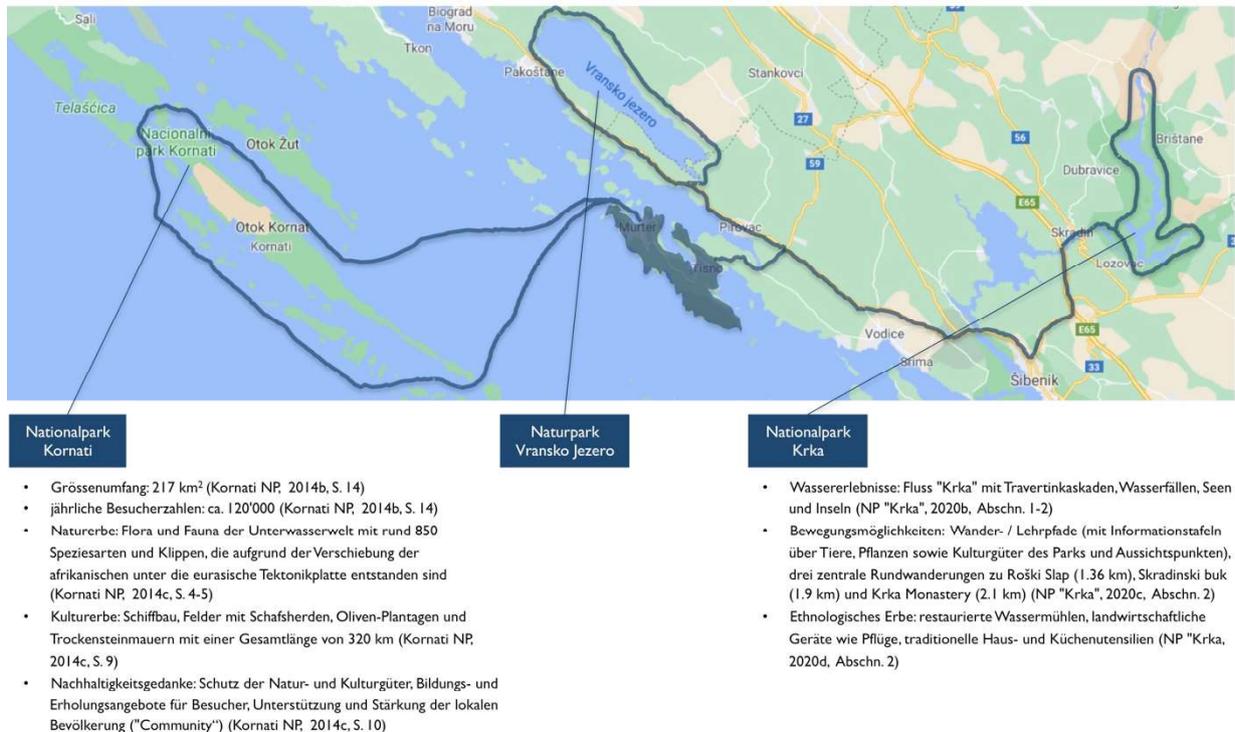


Abbildung 18: Visualisierung des Stroms "Nationalparkbesucher" (eigene Darstellung, in Anlehnung an Google (2020), vgl. Anhang E)

4.1.6 Kulturinteressierte

Wer (Profil):

Das Geschäftsfeld der kulturinteressierten Besucher beinhaltet grösstenteils 30-65-Jährige. Diese kommen meist aus Deutschland, Österreich, Slowenien, Tschechien sowie aus Italien und übernachten in Hotels oder Apartments. Als Kulturinteressierte werden auch viele Familien aus Kroatien bezeichnet, die ein privates Ferienhaus auf der Insel besitzen. Den grössten Anteil der Kulturtouristen aber machen am Beispiel des "Museum of Wooden Shipbuilding" die lokalen Bewohner aus, nämlich Schul- und Studentengruppen sowie örtliche Vereine. Gewisse kulturelle Sehenswürdigkeiten sowie öffentliche Abendveranstaltungen gehören bei beinahe allen einheimischen und ausländischen Besuchergruppen zu einem Tagesprogramm.

Beeinflusser eines Besuchs der Kulturangebote bei ausländischen Touristen auf der Insel sind insbesondere die Mund-zu-Mund-Propaganda und Empfehlungen von Freunden. Argumentation kann sein, dass es "viele verschiedene kulturelle Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen auf kleiner Fläche" gibt. Weiter dienen auch Vereine oder Prospekte als Kommunikationsmedium. Museen

setzen oft Online Promotion und soziale Medien wie Facebook und Instagram fürs Storytelling ein. Für grössere kulturelle Events wird Werbung in Magazinen, Zeitungen und Fernsehsendern gemacht. Kulturinteressierte Gäste schätzen die Besichtigung von Museen, Theateraufführungen, Bibliotheken, Unterhaltungs- und Kulturveranstaltungen, aber auch Konzerten und Gastronomieangeboten lokaler Spezialitäten. Die Einheimischen besuchen beispielsweise Museen hauptsächlich deshalb, weil dies ein Bestandteil ihrer schulischen Bildung ist. Dass alles zu Fuss oder mit dem Fahrrad über die Promenaden rund um die Insel erreichbar ist und dass es verschiedene Arten von Unterkünften gibt, sind weitere Vorteile für einen Kultururlaub auf der Insel Murter.

Wo:

Murter und Betina gelten als die kulturellen Zentren der Insel. In Murter besuchen Kulturinteressierte die Altstadt, die Ruinen der römischen Stadt "Kolentum", zu denen die Fundstätte selbst und ein Strandabschnitt gehören, die Kirche "Heiliger Roko" mit Aussichtspunkt auf die Inseln vor Murter sowie die Touristenzone "Pod Raduč". Der Berg "Raduč" ist mit 125 m der höchste Punkt auf der Insel. Dort können der Aussichtspunkt sowie die "Tunnels on Raduč", aus dem 2. Weltkrieg stammend, besichtigt werden. In Murter und Tisno gibt es ausserdem je eine öffentliche Bibliothek mit Lesesaal, die verschiedene Kulturveranstaltungen für Erwachsene und Kinder, insbesondere an Einheimische gerichtet, organisieren. Weiter zählen Murter, Betina und Jezera historische Gebäude, die als Heimatmuseen besichtigt werden können. Zum Kulturangebot von Betina gehört an erster Stelle das "Museum of Wooden Shipbuilding" mit zusätzlichem Open-Air-Bereich sowie Museumshafen. Als bekanntester Kulturevent Mitte August gilt die traditionelle Holzschiff-Regatta "For soul and body". Betina besitzt ausserdem eine sehenswerte Altstadt und ein eigenes Kultur- und Präsentationszentrum. Als Sehenswürdigkeit zählt auch die Kirche "Heiliger Franz von Assisi".

Die kulturellen Tages- und Abendveranstaltungen sowie Konzerte finden jeweils an unterschiedlichen Standorten auf der Insel statt - oftmals auf den Zentrumsplätzen der vier Ortschaften.

Wann:

Frühling (ab Mai), Spätsommer (ab September) und Herbst (bis Oktober) sind die Jahreszeiten für Kulturferien auf der Insel. Die Hochsaison wird eher vermieden. So werden kulturelle Sehenswürdigkeiten insbesondere auch über Feiertage wie Ostern besichtigt.



Abbildung 19: Heimatismuseum (Jezer) und Ruinen der römischen Stadt „Kolentum“ (archäologische Fundstätte und Strand, Murter) (eigene Aufnahmen)

Identifizierte Herausforderungen:

Auch bei diesen Besuchern werden erneut die unzureichenden Verkehrsverbindungen sowie öffentlichen WC-Anlagen erwähnt. Ausserdem scheint Kulturinteressierten die Einrichtung von Info-Ständen bzw. -Punkten zu fehlen, wo Mitarbeitende in der Lage sind, über jegliche Informationen Auskunft zu geben. Dies ist mitunter gewünscht, weil viele Prozesse noch nicht über das gesamte Tourismusangebot der Insel hinweg digitalisiert sind, so dass nicht ausreichende Informationsmöglichkeiten bestehen. Inselweit seien ausserdem die Müllentsorgung bzw. -trennung noch nicht einheitlich nachhaltig umgesetzt. Zuletzt wurden die Ausgrabungen der archäologischen Fundstätten auf der Insel genannt, die bisher nicht ausreichend geschützt werden. Attraktionsspezifische Herausforderungen wurden vom "Museum of Wooden Shipbuilding" genannt. Erhöht werden sollen die Gruppenbesuche, insbesondere von Schulen, die Marketingaktivitäten und der Verkauf von Souvenirs sowie lokalen Spezialitäten. Auch soll das Bauen von Schiffen gefördert werden, indem auf der Insel beispielsweise eine berufsbegleitende Handelsschule für Schiffbau eröffnet wird.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Für zukünftige Investitionen in die Infrastruktur könnten die Verbesserung der Verkehrsverbindungen, insbesondere auf der Insel selbst, das Einrichten öffentlicher Toiletten sowie die Einführung eines universalen Müllsystems empfohlen werden. Für eine optimale Betreuung der Touristenströme müsste die Edukation des professionellen Personals der Insel vereinheitlicht werden, beispielsweise über Weiterbildungsangebote. Für kulturelle Sehenswürdigkeiten, wie das "Kolentum" oder einzelne Heimatismuseen, könnte mithilfe der Einführung von Eintrittspreisen Personal eingestellt werden, welches für bisher kostenlose Attraktionen und Kulturgüter zuständig wäre. Hierunter würden nebst der Gästebetreuung auch die Instandhaltung sowie Reinigung zählen.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Kulturinteressierten und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.



Abbildung 20: Visualisierung des Stroms "Kulturinteressierte" (eigene Darstellung, vgl. Anhang F)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):

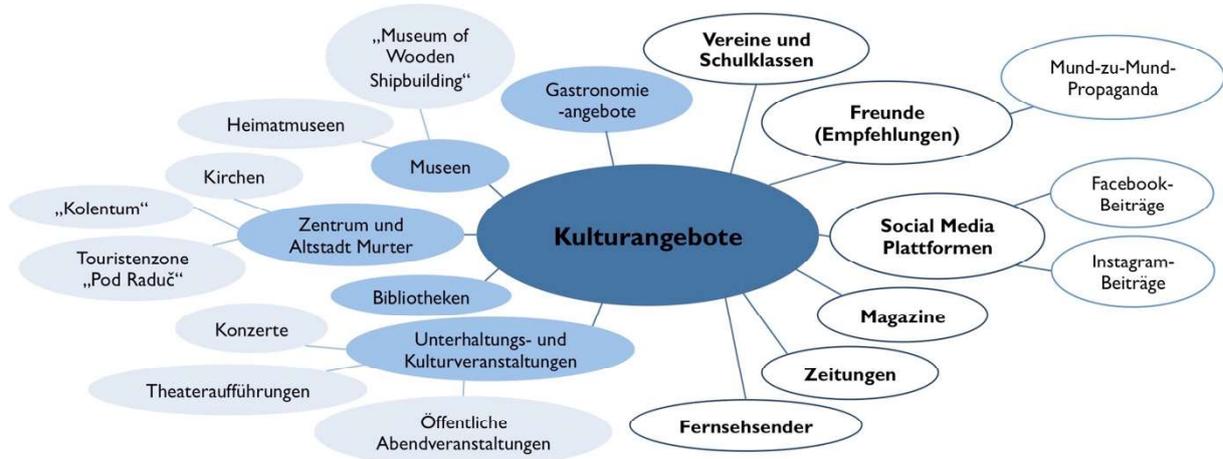


Abbildung 21: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.7 Luxusurlauber

Wer (Profil):

Das Geschäftsfeld der Luxusurlauber ist für Paare und Familien aus Deutschland charakteristisch, die Erholung wünschen. Sie möchten sich "wie zu Hause" fühlen und schätzen hochqualitative Resortanlagen und -dienstleistungen. Oftmals sind es Stammgäste. Auf der Insel gibt es zwei Resorts, die für Luxusurlaub bekannt sind - die Anlage "Golden Haven" (Golden Haven, 2020) auf der südwestlichen Inselseite und das "Olivia Green Camping" (Olivia Green Camping, o. D.) auf dem Festland von Tisno. Beide gelten als neue Attraktionen.

Die Buchung von Luxusurlaub erfolgt meist über die Webseiten Booking.com, TripAdvisor oder auch Airbnb, aber auch auf Basis von Mund-zu-Mund-Propaganda sowie über private Beziehungen der Investoren. Oftmals sind diese Urlauber in Besitz einer privaten Yacht oder eines Segelschiffs, die im Hafen Murter liegen. Zudem besteht auf der Insel die Möglichkeit, organisierte Yacht- oder Segelausflüge zu buchen.

Wo:

Luxusurlauber verbringen ihren Aufenthalt mehrheitlich im Ressort selbst. Für Tagesausflüge werden die beiden Nationalparks Krka und Kornati oder die Städte Zadar und Šibenik besucht.

Wann:

Die Luxusresorts sind jeweils in den Sommermonaten Juni bis September oft ausgebucht - sicherlich auch deshalb, weil das Luxusangebot und die Anzahl Zimmer auf der Insel noch sehr beschränkt sind.

Identifizierte Herausforderungen:

Luxusurlaub am Meer wird häufig vom Wetter und von der Saison abhängig gemacht. Die Saisonverlängerung ist deshalb eine grosse Herausforderung. Der Luxustourismus auf der Insel ist relativ neu, weshalb auch die Bekanntheit der Luxusresorts zu erhöhen ist. Am Beispiel des "Olivia Green Campings" ist ersichtlich, dass Eco-Konzepte Anklang finden. Als Herausforderung werden insbesondere die intensivierte Nutzung nachhaltiger Technologiesysteme zur Energiegewinnung und Wasseraufbereitung sowie das fortschreitende Recycling von Abfall angesehen.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Zur Saisonverlängerung würden attraktive Angebote in der Nebensaison beitragen. Hier müsste insbesondere die Preissensibilität der Gäste berücksichtigt werden. Ausserdem wäre ein verstärkter Marketingauftritt notwendig, damit die Luxusanlagen der Insel Aufmerksamkeit gewinnen. Ausserdem könnten die Nachhaltigkeitsaspekte des Luxussegments in die Vermarktung der gesamten Insel miteinfließen. Allgemein gilt es, den "Tourismus auf höherem Niveau" auszubauen -

beispielsweise durch den Bau von Tennisanlagen und Schwimmbädern, Restaurants mit Sterneküche sowie durch eine einheitliche professionelle Ausbildung des Servicepersonals in den Resorts. Als eine beliebte Alternative bei schlechtem Wetter gilt im Luxusbereich ausserdem Spa - dies könnte das Schwimmbad-Angebot ergänzen.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Luxusurlauber und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.



Abbildung 22: Visualisierung des Stroms "Luxusurlauber" (eigene Darstellung, vgl. Anhang G)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):

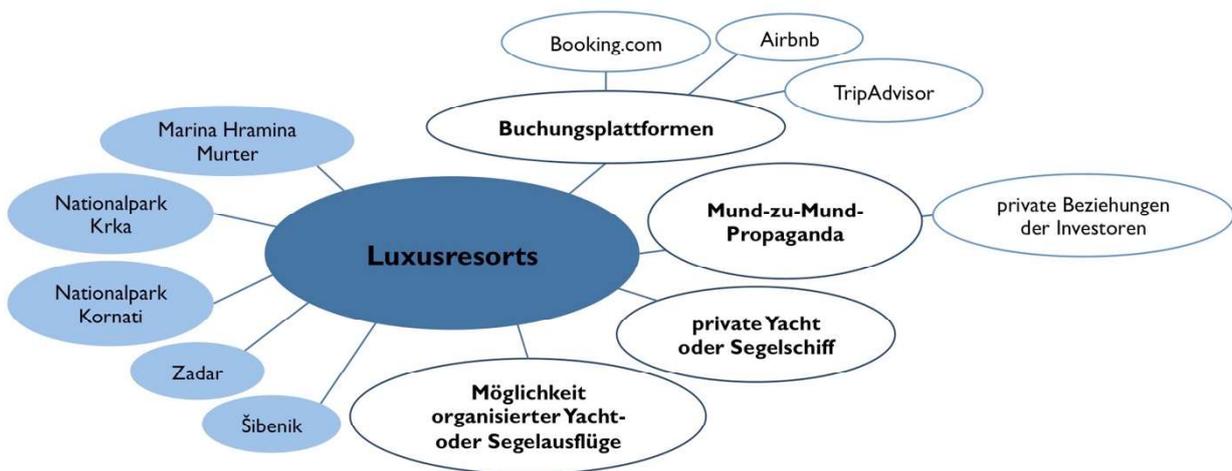


Abbildung 23: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.8 Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende

Wer (Profil):

Typische Bade- und Strandurlauber sind junge und ältere Paare im Alter von 18-55 Jahren. Wichtig sind den Paaren Entspannung und saubere Strände. Auch für Kurztrip-Reisende ist die Insel Murter interessant. Gerade für Studierende zwischen 20 und 25 Jahren bietet sie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis. Studenten kommen meist zu zweit oder in kleinen Gruppen. Ein Apartment direkt im Zentrum von Murter scheint am beliebtesten zu sein und bietet die gewünschte Intimität.

Über Kurz-Ferien auf Murter informieren sich Studierende über Social Media wie Facebook sowie Instagram und buchen Apartments auf den Seiten Airbnb oder TripAdvisor. Wesentlich für den Entscheid sind das gute Preis-Leistungsverhältnis sowie die Erreichbarkeit der Strände ohne Verkehrsmittel. Auch die Sicherheit der Ortschaft sowie die sprachliche Verständigung mit den einheimischen Inselbewohnern - beispielsweise auf Deutsch oder Englisch - sind ausschlaggebend für die Wahl der Destination. Bade- und Strandliebhaber, die als Paar unterwegs sind, werden auf die Insel Murter oftmals an Tourismusmessen im Herkunftsland aufmerksam gemacht, während die Apartment- oder Hotelunterkünfte jeweils über die Seiten Booking.com oder Airbnb gebucht werden. Diese Gäste suchen nach Top-Stränden mit Verpflegungsmöglichkeiten vor Ort. Die Ortschaft Murter als Aufenthaltsort ist für Badetouristen auch aufgrund ihrer "Lebendigkeit" besonders interessant, denn es ist der Teil der Insel, der das breiteste Abendprogramm mit Ausgangsmöglichkeiten und Restaurants bietet.

Wo:

Der Strand "Slanica" ist der bekannteste Sandstrand auf der Insel und wird häufig von Badeurlaubern gewählt. Gemäss der Kroatischen Zentrale für Tourismus (1992-2020b) gilt er als "eine der Juwelen der Šibeniker Riviera" (Abschn. 1). Dieser Badeort wird auch auf der Touristikwebseite TripAdvisor auf Basis von über 200 Gästebewertungen unter den Top 5 der beliebtesten Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten auf der Insel Murter aufgelistet (TripAdvisor LLC., 2020). Weiter wurden die Strände "Podvrske", "Čigrada" und "Kosirina" auf der westlichen Küstenseite und mit Blick auf die Kornati Inseln sowie die unbebaute Bucht "Heiliger Nikola" und die nahegelegene, kleine Halbinsel "Murtarić" als Badeplätze genannt. Dort können ausserdem die zu Jezera gehörenden Trockenmauern und Steinpyramiden ("Pudarice") besichtigt werden. Bei Badeurlaubern gelten zuletzt auch Cafés und Bars sowie Souvenirläden als Systemköpfe.

Bei Kurztrip-Reisenden ist ausserdem der Besuch des "Museum of Wooden Shipbuilding" in Betina ein Programmpunkt für Abwechslung.

Wann:

Die Hochsommermonate Juli und August sind auf Murter aufgrund der Luft- und Wassertemperaturen ideal für Bade- und Strandferien. Kurztrip-Reisende, die ihren Urlaub mit dem Aufenthalt an Stränden verbinden, bevorzugen den Sommermonat August.



Abbildung 24: Bucht Podvorske (Murter) und Blick auf Inseln und "Pudarica" (links im Bild, Jezera) (eigene Aufnahmen)



Abbildung 25: Strand Podvorske (Murter) und Strand Slanica (Murter) (eigene Aufnahmen)

Identifizierte Herausforderungen:

Junge Erwachsene wünschen sich eine grössere Auswahl nahegelegener oder auf der Insel liegender Ausgangsmöglichkeiten. Auch sind sie an mehr Kulturerlebnissen interessiert sowie einem abwechslungsreicheren Verpflegungsangebot in Strandnähe. All dies soll einer allfälligen "Eintönigkeit" vor Ort entgegenwirken.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Mögliche Verbesserungen würden im Anbieten von mehr Ausgangs- und Kulturerlebnissen auf der Insel liegen. Auch die Diversifizierung der Verpflegungsangebote an den grossen Stränden würde auf Nachfrage treffen. Hier müsste jedoch der Aspekt des Massentourismus berücksichtigt werden - viele Gäste möchten dies vermeiden und wünschen sich ruhige Badeplätze am Meer.

Visualisierung des Stroms:

Die folgende Grafik veranschaulicht den Strom der Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisenden und die von diesen Gästen am häufigsten besuchten Gebiete auf der Insel.



Abbildung 26: Visualisierung des Stroms "Bade- und Strandurlauber sowie Kurztrip-Reisende" (eigene Darstellung, vgl. Anhang H)

Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (Netzwerkanalyse):



Abbildung 27: Visualisierung der Angebots- und Nachfrageseite (eigene Darstellung, in Anlehnung an Beritelli, Reinhold & Laesser, 2014, S. 41)

4.1.9 Nautiker

Wer (Profil):

"Schon im früheren Jugoslawien war die Insel Murter das Epizentrum des nautischen Tourismus' an der dalmatinischen Küste" (Müller, 2019, Abschn. 4). Heute gehören zu den Nautik-Touristen vor allem Familien, die ein eigenes Boot oder Schiff besitzen. Die Mehrheit der Nautiker kommt aus den Ländern Deutschland, Österreich, Italien oder Frankreich. Unter ihnen sind es 30-80-Jährige, die Urlaub auf dem Meer bevorzugen. Auf der Insel gibt es zudem Anbieter für "Rent-a-Boat", so dass Nautikerlebnisse auch als Tagesausflug gebucht werden können. Dies eignet sich insbesondere für Familien mit jüngeren oder älteren Kindern, die etwas Neues (beispielsweise die Unterwasserwelt) und Plätze zum Schnorcheln rund um die Insel entdecken möchten sowie kristallklares Wasser und das Sonnetanken schätzen.

Für die Insel Murter entscheiden sich Nautik-Touristen insbesondere aufgrund der drei Häfen und Liegeplätze in Murter, Betina und Jezera. Es handelt sich um "Dry Dock"-Marinen, wo Schiffe auch über das ganze Jahr gelagert werden können. Weiter beeinflussen Informationen im Internet sowie Mund-zu-Mund-Propaganda die Entscheidung, Nautikurlaub rund um Murter zu machen. Ausserdem spielt das Wetter eine zentrale Rolle - in diesem Teil von Dalmatien herrscht ein besonders mildes Mikroklima, insbesondere in Jezera. Für Nautiker spielen die infrastrukturellen und personellen Voraussetzungen in den Häfen und deren Liegeplätzen eine besonders grosse Rolle. Strom- und Wasseranschluss sowie WC-Anlagen, Duschräume, aber auch Läden, Restaurants und professionell ausgebildetes Personal vor Ort sind Bedingungen, die erfüllt sein müssen und auf Murter gegeben sind. Die Marinas der Insel Murter gelten als sichere Umgebung für Schiffe.

Die Variante Rent-a-Boat ist aufgrund der vielen Mietmöglichkeiten sowie Informationsstände auf der Insel beliebt. Solche individuellen Ausflüge sind einerseits ohne Bootsführerschein mit kleinen Bootsvarianten möglich, andererseits für diejenigen interessant, die zwar einen Ausweis, aber kein Boot besitzen. Ein weiterer Vorteil besteht in der unkomplizierten Bezahlung (Miete und Benzin).

Jezera zählt zudem eine Segelschule mit ganzjährigen Segelprogrammen sowie Angeboten für Wochen- oder One-Day-Sailing-Trips.

Wo:

Die Hauptstandorte von Nautikern sind die Häfen der Insel. Die Ortschaften Murter, Betina und Jezera zählen je eine eigene Marina. Die typischen Bootsfahrten führen der Küste der Insel Murter entlang bis zu den Inseln Kaprije und Zlarin. Grundsätzlich wird vom "Inselhüpfen" in Richtung Süden (Šibenik-Archipel) gesprochen. Auch der Nationalpark Kornati gilt als Aufenthalts- und Anlegeort für passionierte Nautikurlauber. Nautiker schätzen ausserdem Restaurantbesuche.

Rent-a-Boat-Touristen haben die Möglichkeiten, Tagesausflüge bei verschiedenen Anbietern zu mieten. Sie besuchen meist einsame Buchten bzw. Plätze zum Schnorcheln rund um die Insel.

Wann:

Nautiker wählen bevorzugt die Nebensaison im Frühling (ab Mai oder April) und den Sommer (bis Ende August) für ihren Urlaub auf dem Meer. Aber auch im Herbst bis Ende Oktober eignen sich die Wetterbedingungen für Nautikurlaub rund um Murter. Rent-a-Boat wiederum ist eine sehr saisonale Touristenattraktion - Boote werden fast ausschliesslich im Hochsommer (Juli bis August) gemietet. Zudem ist Rent-a-Boat wetterabhängig, nämlich "nur bei schönem Wetter" und "nur wenn nicht windig".

Identifizierte Herausforderungen:

Die Nautik-Infrastruktur stellt die höchste Herausforderung dar. Liegeplätze, Strom- und Wasseranschlüsse sowie die weiteren Marinenbedingungen müssen stets instandgehalten werden. Zudem steigen die Anforderungen an die Marinas, gerade bei den Ausweitungen der Häfen muss darauf geachtet werden, dass dies "ohne negative Auswirkungen auf die Umgebung / Natur" erfolgt.

Verbesserungsmöglichkeiten:

Um die Nautik-Infrastruktur (insbesondere Liegeplätze sowie Strom- und Wasseranschlüsse) in den Häfen der Insel verbessern zu können, benötigt es Investitionen. Die Umsetzung würde die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen verschiedenen Parteien bedürfen, nämlich der Direktoren der Häfen, der jeweiligen Gemeindepräsidenten sowie der Direktoren des Tourismusverbands Šibenik-Knin.