

VERWENDUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE IM TOURISTISCHEN GEBIET MAKARSKA

Glavaš, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of
Sibenik / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:336590>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova
Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENTA
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT

LUKA GLAVAŠ
VERWENDUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE IM
TOURISTISCHEN GEBIET MAKARSKA

Šibenik, 2019.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENTA
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT

**VERWENDUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE IM
TOURISTISCHEN GEBIET MAKARSKA**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Poslovni njemački jezik

Mentor: Goran Crnica, prof. pred.

Student: Luka Glavaš

Matični broj Studenta: 1219047871/ 14740141

Šibenik, 2019.

INHALT

1. Einführung	1
2. EIGENSCHAFTEN DES TOURISMUS IN KROATIEN	2
2.1. Merkmale der Gastfreundschaft, Qualität der Dienstleistungen und die Struktur der Gäste	2
3. TOURISMUS IN MAKARSKA	5
3.2 Perioden der Tourismusentwicklung in Makarska	8
3.2.1 Von der ersten Touristengruppe bis zum Ersten Weltkrieg, 1905 – 1914	8
3.2.2 Nach dem ersten und bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs, 1918 – 1941	8
3.2.3 Nach dem Zweiten Weltkrieg bis zum Bau der Adria-Autobahn, 1945 – 1965	9
3.2.4 Vom Ende des Baus der Adriastraße bis zu den ersten demokratischen Wahlen, 1965 – 1990	10
3.2.5 Vom Heimatkrieg bis zur Gegenwart, 1990 –	10
4. TOURISTEN IN MAKARSKA.....	12
5. DEUTSCHSPRACHIGE LÄNDER	16
5.1. Deutschland.....	16
5.2. Österreich.....	17
5.3. Schweiz.....	17
5.4. Liechtenstein	18
6. FREMDSPRACHKENNTNISSE IM TOURISMUS.....	19
7. FRAGEBOGENFORSCHUNG.....	20
7.1. Forschungsprobleme definieren	20
7.2. Hypothese	20
7.3. Forschungsziele	21
8. DATENANALYSE UND ERGEBNISINTERPRETATION	22
10. Schlussfolgerung.....	30
11. LITERATUR	32
12. LISTE DER TABELLEN, BILDER UND DIAGRAMME.....	33
13. ANHANG	1

UPOTREBA NJEMAČKOG JEZIKA U TURISTIČKOM PODRUČJU MAKARSKE

Luka Glavaš

Veliko Brdo 33, 21300, Makarska, lglavas@vus.hr

Sažetak rada

Tema rada je upotreba njemačkog jezika u turizmu Makarske. S obzirom na veliku posjećenost turista iz raznih zemalja pretežito Njemačke i Poljske, naglasak ovog rada će biti na njemačkom jeziku i stručnosti osoba koje se bave tercijarnim odnosno turističkim, uslužnim sektorom. U radu je prikazan turizam općenito u Hrvatskoj, konkretno u Makarskoj od samog početka koji se dogodio početkom 20. stoljeća, prikazano je anketno ispitivanje kojim se ispituju stavovi osoba koje se bave turističkim djelatnostima u Makarskoj o gostima s njemačkog govornog područja te o znanju njemačkog jezika, njihovo jezično obrazovanje. Osim toga postavljene su dvije hipoteze na početku istraživanja koje glase: „Njemački jezik je od velike važnosti za stanovnike Makarske koji se bave turizmom“ i „Gosti s njemačkog govornog područja se razlikuju od drugih zemalja“ Nakon provedenog istraživanja potrebno je rezultate analizirati i interpretirati te potom hipoteze potvrditi ili odbaciti ovisno o rezultatima ankete.

(38 stranica/ 0 slika / 4 tablica / 14literaturnih navoda / jezik izvornika:
njemački)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: njemački jezik, strani jezik, turizam, Makarska

Mentor: Goran Crnica, prof. pred.

Rad je prihvaćen za obranu: da

Polytechnikum von Šibenik

Abschlussarbeit

Abteilung für Management

Fachlicher Bachelorstudiengang im Bereich Management

Luka Glavaš

VERWENDUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE IM TOURISTISCHEN GEBIET MAKARSKA

Veliko Brdo 33, 21300, Makarska, lglavas@vus.hr

Zusammenfassung

Das Thema der Arbeit ist der Gebrauch der Deutschen Sprache im Tourismus in Makarska. In Anbetracht der hohen Zahl von Touristen aus verschiedenen Ländern, vor allem aus Deutschland und Polen, wird der Schwerpunkt auf der deutschen Sprache und dem Fachwissen von Personen liegen, die im Dienstleistungssektor und Tourismussektor tätig sind. Die Arbeit stellt den Tourismus im Allgemeinen in Kroatien vor, insbesondere in Makarska von Anfang an, der zu Beginn des 20. Jahrhunderts stattfand und die Sprachausbildung der Personen die im Dienstleistungssektor tätig sind. Darüber hinaus wurden zu Beginn der Studie zwei Hypothesen aufgestellt: "Deutsch ist für die im Tourismus tätigen Bewohner von Makarska von großer Bedeutung" und "Gäste aus dem deutschsprachigen Raum unterscheiden sich von anderen Gästen". Diese Hypothesen müssen analysiert und interpretiert werden, je nach den Ergebnissen der Umfrage werden sie bestätigt oder abgelehnt.

(38 Seiten / 0 Abbildungen / 4 Tabellen / 14 Einzelnachweise / Original in deutscher Sprache)

Die Arbeit ist gespeichert/aufbewahrt in: Bibliothek des Polytechnikums von Šibenik

Schlüsselwörter: deutsche Sprache, Fremdsprache, Tourismus, Makarska

Mentor: Goran Crnica, prof. pred.

Arbeit angenommen: ja

Polytechnic of Šibenik

Final paper

Department of Management

Professional Undergraduate Studies of Management

Luka Glavaš

**USE OF GERMAN LANGUAGE IN THE TOURIST AREA OF
MAKARSKA**

Veliko Brdo 33, 21300, Makarska, lglavas@vus.hr

Summary

The topic of the paper is the use of German language in tourism in Makarska. Considering the high number of tourists from different countries, mainly Germany and Poland, the emphasis will be on German language and the expertise of persons involved in the tertiary and tourist services sectors. The work presents tourism in general in Croatia, especially in Makarska from the beginning, which took place at the beginning of the 20th century, and the language training of persons working in the service sector. In addition, two hypotheses were put forward at the beginning of the study, which read: "German is of great importance for Makarska residents engaged in tourism" and "German-speaking guests are different from other guests" depending on the survey results the hypotheses have to be analysed and interpreted. These hypotheses can be confirmed or denied.

(38 pages / 0 figures / 4 tables / 14 references / original in German language)

Paper deposited in: library of the Polytechnic of Šibenik

Keywords: German language, foreign language, tourism, Makarska

Communication Supervisor: Goran Crnica, prof. pred.

Paper accepted: yes

1. Einführung

Makarska ist seit Jahrzehnten ein bekanntes Touristenziel. Die besondere Lage zwischen der Gebirgskette von Biokovo und der Adria trägt zu seiner Popularität und Neugier für viele Touristen aus der ganzen Welt bei. Makarska zeichnet sich nicht durch seine Größe aus, sondern durch das reichhaltige Angebot von Gastronomen mit langjähriger Erfahrung, zahlreichen Hotels, Ferienhäusern, Fischabende, Nachtclubs, Ausflugsangeboten, touristischen Veranstaltungen und andere. Die bisherige Praxis hat gezeigt, dass es erfolgreich ist. Das Tourismusmanagement erfordert Kenntnisse in Fremdsprachen, anderen Kulturen und Bräuchen der Länder, aus denen die meisten Gäste kommen.

Aus diesem Grund wird von Jahr zu Jahr nach der Kompetenz des im Tourismussektor beschäftigten Personals gesucht. Bei der Einstellung für die Saisonarbeit gewinnen Fremdsprachenkenntnisse zunehmend an Bedeutung, wobei Englisch und Deutsch am wichtigsten sind.

Wie die Daten des Tourismusverbandes Makarska selbst belegen, wird der Schwerpunkt der deutschen Stammgäste neben Bosnien und Polen auf der Kenntnis der deutschen Sprache für die Funktionsweise und Förderung des Tourismus in Makarska liegen.

Der einleitende Teil dieser Arbeit wird einige allgemeine Fakten über den Tourismus in Kroatien im Allgemeinen behandeln, und anschließend wird die Entwicklung des Tourismus in Makarska in mehreren Entwicklungsstadien vorgestellt. Nach ausgearbeiteten Phasen werden Statistiken über die Anzahl der Touristen, die Makarska aus verschiedenen Teilen der Welt besuchen, von Daten des Tourismusverbandes von Makarska verwendet. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem deutschsprachigen Raum, der genauer analysiert wird. Da der Schwerpunkt dieser Arbeit auf den Kenntnissen und der Verwendung von Deutsch liegt, wird auch der Sprachunterricht in Kroatien erwähnt. Daran schließt sich eine Umfrage an, die auf zwei Hypothesen basiert "Deutsch ist für Tourismusmitarbeiter in Makarska von großer Bedeutung," und "Deutsch sprechende Gäste sind anders als andere Gäste," die im Detail analysiert und interpretiert werden.

2. EIGENSCHAFTEN DES TOURISMUS IN KROATIEN

Kroatien kann auf eine ungefähr 150 Jahre lange Tradition des Fremdenverkehrs zurück blicken, obwohl bestimmte Reiseformen auch schon Anfang des 19. Jahrhunderts existierten zu deren Zweck dann auch die ersten Gasthöfe, Herbergen, und Hotels errichtet wurden. Der Zeitraum von der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zum ersten Weltkrieg war durch den Ausbau von Straßen und Eisenbahnstrecken und durch die Einführung von Dampfschiffslinien auf der Adria eine wichtige Voraussetzung für eine ernsthafte Beschäftigung mit dem Tourismus. Damals wurden die ersten Hotels eröffnet, zuerst in Opatija (Villa Angiolina 1844 und Kvarner 1884), dann in Zagreb, Samobor, Zadar, Crikvenica, Dubrovnik und in anderen Städten. Es wurden auch die ersten Reiseführer verfasst (1845 in Poreč und in Pula) und 1892 begann man in Zagreb die ersten organisierten Forschungsreisen ins Velebit-Gebirge und an die adriatische Küste zu veranstalten.¹ Seit dem Aufkommen des Massentourismus in Europa gegen Ende des 19. Jahrhunderts war auch Kroatien, insbesondere die Adriaküste, ein beliebter Zielort für Ferienreisen.

2.1. Merkmale der Gastfreundschaft, Qualität der Dienstleistungen und die Struktur der Gäste

Die Beziehung zwischen internen und externen Faktoren in der Hotellerie versucht, die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste zu erfüllen. Beziehungen werden als Grundlage für den Austausch und die Bedingungen für das Überleben eines Restaurants hervorgehoben. Die Erbringung von Dienstleistungen für die Gäste hängt eng mit der Entwicklung der sozialen Beziehungen zusammen, beziehungsweise mit der Folge der Entwicklung des Menschen und seiner Kultur. Die Erbringung von Dienstleistungen ist ein grundlegendes Merkmal der Hotellerie, das sie von anderen Aktivitäten unterscheidet. Es gibt ein wichtiges Element des menschlichen Faktors sowohl auf der einen als auch auf der anderen Seite der Gäste, die den Service in Anspruch nehmen.² Damit das Gästeservicesystem effektiv ist und gewartet werden kann, müssen Informationen von Gästen gesammelt werden. Gästezufriedenheit als Voraussetzung für guten Servis ist ohne Kenntnis der Gewohnheiten, Bedürfnisse und Wünsche

¹Lexikografisches Institut Miroslav Krleža. <https://croatia.eu/article.php?lang=3&id=34>

²Laškarin Ažić, M., Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 9-12

der Gäste nicht zu erreichen. Der demografische Unterschied bei den Gästen hängt größtenteils mit anderen Unterschieden zusammen, wie z. B. dem unterschiedlichen Denken, der Art und Weise, wie Sie Dienstleistungen auswählen, wie Sie zum Restaurant gelangen, dem Wunsch zu sprechen und vielem mehr. Die Nationalität in statistischen Veröffentlichungen des Tourismus ist eine grundlegende Methode zur Klassifizierung von Touristen. Die Staatsangehörigkeit von Touristen wird somit durch die Anzahl der Nächte, die Anzahl der Ankünfte und den Verbrauch ausgedrückt, auf deren Grundlage andere Berechnungen vorgenommen werden, wie zum Beispiel Berechnungen des durchschnittlichen Aufenthalts, des durchschnittlichen Verbrauchs pro Ankunft, Nacht und so weiter.

Tabela 1. 1 Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittlicher Aufenthalt nach Land des Touristen

	Land	Ankünfte (in 000)		INDEKS 2016/2015	Übernachtungen (in 000)		INDEKS 2016/2015	Durchschnittlicher Aufenthalt 2015	Durchschnittlicher Aufenthalt 2016
		2015	2016		2015	2016			
1.	Deutschland	2124	2277	107,2	15770	17082	108,3	7,4	7,5
2.	Slowenien	1192	1298	108,9	6678	7139	106,9	5,6	5,5
3.	Österreich	1120	1238	110,5	5902	6511	110,3	5,3	5,3
4.	Italien	1111	1120	100,8	4800	4960	103,3	4,3	4,4
5.	Tschechien	696	689	98,9	4811	4770	99,1	6,9	6,9
6.	Polen	675	757	112,1	4323	4964	114,8	6,4	6,6
7.	Großbritannien	491	596	121,4	2419	3027	1,3	4,9	5,1
8.	Frankreich	466	495	106,2	1709	1886	110,4	3,7	3,8
9.	Ungarn	436	486	111,5	2266	2528	111,6	5,2	5,2
10.	Slowakei	381	390	102,4	2550	2606	102,2	6,7	6,7
11.	Niederlande	357	389	108,9	2477	2661	108,7	6,9	6,8
12.	Südkorea	344	378	109,8	407	450	110,6	1,2	1,2
13.	USA	317	378	119,2	806	881	109,3	2,5	2,3
14.	Bosnien und Herzegowina	280	333	118,9	1300	1481	113,9	3,9	4,5
15.	Schweiz	219	235	107,3	891	992	111,3	4,1	4,2
16.	Spanien	213	222	104,2	437	483	110,5	2,1	2,2
17.	Schweden	204	257	125,9	1070	1405	131,3	5,2	5,5
18.	Belgien	164	181	110,4	787	860	109,3	4,8	4,7
19.	Japan	160	121	75,6	227	182	80,2	1,4	1,4
20.	Australien	133	150	112,8	332	399	120,2	2,5	2,7

Quelle: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2016.

Unter den 20 Ländern mit den meisten Einreisenden liegt Deutschland an erster Stelle bei der Gesamtzahl der Einreisenden und Übernachtungen sowie bei den durchschnittlichen Besuchen in Kroatien für die Jahre 2015 und 2016. Neben den Deutschen bleiben die Tschechen und Slowaken am längsten in Kroatien. Es ist interessant festzustellen, dass die Märkte in äußerster Randlage wie die USA, Australien, Japan und Südkorea extrem niedrige durchschnittliche Aufenthalte aufweisen.³

³Laškarin Ažić, M., (2018.) Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 46-47

3. TOURISMUS IN MAKARSKA

Der Tourismus in Makarska hat verschiedene Entwicklungsstadien durchlaufen. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gab es erste Einzelbesuche, im frühen 20. Jahrhundert kamen die ersten Besuchergruppen und nach den 60er Jahren begannen die Massenbesuche. In den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts ist Makarska ein zeitgemäßes und modernes Touristenziel für einheimische und ausländische Touristen geworden.

Am Anfang des 20. Jahrhunderts traten die ersten Touristengruppen auf, genauer 1905. Im selben Jahr wurde ein Badehaus errichtet und 1904. das erste Gasthaus, das als Einzelercheinung keine besondere wirtschaftliche oder soziale Bedeutung hatte. Der erste Weltkrieg unterbrach auch den Bau des Hotels Osejava, das erst nach dem Krieg fertiggestellt wurde.⁴

Der Beginn der Tourismusedwicklung in Makarska und an der gesamten Makarska Riviera wird nicht nur von der wunderschönen Natur und anderer attraktiver Elemente bestimmt. Die Lage der Straßennetze und Entwicklung der Schifffahrtsindustrie spielen auch eine ganz wichtige Rolle bei der Tourismusedwicklung. Die damalige Landesregierung konzentrierte sich auf den Bau und die Schaffung von Bedingungen, jedoch nur auf wenige Orte an der kroatischen Küste: Opatija, Lošinj, Rab und Lovran.

Der Tourismus hatte zu dieser Zeit einen überwiegend gesundheitsbezogenen Charakter und aus diesem Grund wurde er von amtlichen Statistiken auch in der Gesundheitsstatistik begleitet und war in wirtschaftlicher Hinsicht nicht so sehr von Bedeutung. Aus diesen Gründen wurden Makarska und viele andere Orte in Dalmatien umgangen und gehörten nicht zu den touristischen Orten die von den Behörden bevorzugt wurden.

Erst in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen tauchen in Makarska Hotels, Villen, Gasthöfe und Restaurants auf, und der Touristenverkehr nimmt bis zum Zweiten Weltkrieg von Jahr zu Jahr zu. So gab es 1939 in Makarska bereits 20 Gastronomiebetriebe mit 770 Betten und in Villen und Häusern 1150 Betten.

Der Zweite Weltkrieg unterbrach die Entwicklung des Tourismus- und Gastgewerbes, woraufhin der Wiederaufbau von bombardierten und verwüsteten Hotels begann: Central,

⁴ Počeci turizma u Makarskoj i njenom Primorju do 1940., Gradski muzej Makarska, Pismo Turističkoj zajednici Makarska, 24/XII.2005.

Meteor, Adriatic, Zagreb sowie andere Einrichtungen, die während des Krieges als Lagerhäuser, Krankenhäuser und Kasernen dienten. Im Laufe der Zeit wurden neue Hotels und zahlreiche Privathäuser gebaut, um die knappen Unterkünfte zu ergänzen. Es war eine Zeit, in der die touristische Nachfrage höher war als das Angebot. Nach dem Erdbeben Anfang 1962. kam es zu einer leichten Verzögerung in der Entwicklung des Fremdenverkehrs und des Gastgewerbes, die jedoch nicht lange anhielt.

Ein bedeutender Wendepunkt in der Entwicklung war die Adriatische Touristenstraße, die von Rijeka nach Dubrovnik gebaut wurde. Mit Makarska wurde sie 1965 verbunden und verzeichnete einen steilen und stetigen Anstieg des Touristenverkehrs. Eine erneute Verzögerung ereignete sich während des Heimatkrieges (Jugoslawienkrieg) 1991.-1995., als sich Makaraner zur Verteidigung ihres Heimatlandes gegen die Aggression Großserbiens wandten. Nach dem Krieg dauerte es zehn Jahre, um im Tourismus Vorkriegsergebnisse zu erzielen.

Die Entwicklung des Tourismus in Makarska wird in fünf Phasen verfolgt. Nach der Entwicklung des Tourismus in Makarska über ein Jahrhundert weisen quantitative Indikatoren in der Regel ein konstantes Wachstum auf, das nur durch Kriege unterbrochen wird. Am wichtigsten sind die positiven Impulse für die Entwicklung der Wirtschaft, insbesondere im Gastgewerbe, in der Hotellerie und im heimischen Handwerk sowie für andere unterstützende Aktivitäten, kulturelle und andere Institutionen von Organisationen und Gesellschaften.

Das Fehlen eines städtischen Bauplans, der die Voraussetzung für eine kontrollierte Tourismusedwicklung ist, hat zu unkontrolliertem und übermäßigem Bauen geführt. Dies führte zu Umweltverschmutzung, überschreiten der Kapazitäten der touristischen Aktivität und zu Unzufriedenheit der Gäste.

Heute ist Makarska an der Spitze des kroatischen Tourismus, dank vieler Makaraner, nicht nur der Bürgermeister der Stadt, sondern auch vieler anderer, die im Tourismusverband, in der Hotelgesellschaft, im heimischen Handwerk und in vielen anderen Ländern gearbeitet haben, die zur Entwicklung des Makarska-Tourismus beitrugen.⁵

⁵Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str. 6-8)

Slika 1. 1 Makarska. 1957



Quelle: Stare razglednice. <https://blog.dnevnik.hr>. Abgerufen: Im September 2019

Slika 2. 1 Außenansicht mit Umgebung, Hotel Osejava



Quelle: <https://www.tripadvisor.ie>. Abgerufen: Im September 2019

3.2 Perioden der Tourismusentwicklung in Makarska

3.2.1 Von der ersten Touristengruppe bis zum Ersten Weltkrieg, 1905 – 1914

Die ersten Veranstaltungen, die als Beginn des Makarska-Tourismus gelten können, finden zu Beginn des 20. Jahrhunderts statt. Der Tourismusverband der Gemeinde deklariert, dass der offizielle Beginn des Tourismus in Makarska 1905/1906 war, als die ersten Touristengruppen mehrere Tage in Makarska blieben. Die Frage bleibt, welche Veranstaltung als den Tourismusbeginn in Makarska zu nehmen? Die meisten Sehenswürdigkeiten in Makarska markieren den Beginn des Tourismus an ihren Orten mit der Gründung von Tourismus- oder ähnlichen Organisationen, die die Bearbeitung des Ortes initiierten und Bedingungen für Touristen schufen. Nach diesem Kriterium begann der Tourismus in Makarska im Jahr 1911, als die Firma für den Bau von Makarska mit dem Ziel gegründet wurde um Makarska als Badeort zu fördern, oder im Jahr 1913, als die Gesellschaft zur Verschönerung von Stadt und Land gegründet wurde.⁶

3.2.2 Nach dem ersten und bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs, 1918 – 1941

In den ersten Jahren nach dem Ersten Weltkrieg kann man überhaupt nicht vom Tourismus sprechen. Der schlechte Zustand einer kleinen Anzahl von Vorkriegshotels, die während des Krieges größtenteils in Militärkrankenhäuser umgewandelt wurden, Verkehrsprobleme, Misstrauen unter den Völkern und Visa-Schwierigkeiten sowie viele andere Schwierigkeiten lähmten Makarskas Tourismus vollständig. Das Jahr 1923 kann als Wendepunkt des Tourismus in dieser Zeit zwischen den beiden Kriegen angesehen werden. In diesem Jahr besuchten mehr als 30.000 Tschechoslowaken die Makarska Riviera anlässlich der All-Earth-Landung in Ljubljana. Einige Jahre nach dem Krieg, von 1924 bis 1929, nahm der Touristenverkehr in allen Küstenstädten, einschließlich der Makarska Riviera, zu. Er erreichte 19.524 im Jahr 1924 und 150.424 im Jahr 1929. Die Zahl der Übernachtungen im gleichen Zeitraum stieg von 745.964 im Jahr 1924 auf 1.654.773 im Jahr 1929. In den Anfangsjahren waren über 80% inländische Besucher, und 1929 wurde ihre Zahl zugunsten ausländischer Besucher auf unter 50% gesenkt.

⁶Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str. 11-12)

1929 waren die meisten ausländischen Besucher Deutsche - 26.782, gefolgt von Österreichern - 20.612 und Tschechoslowaken mit 15.548 Besuchern. Nur in touristischen Gebieten, die nach dem Krieg von Italien erobert wurden, nahm der Touristenverkehr stetig ab.⁷

3.2.3 Nach dem Zweiten Weltkrieg bis zum Bau der Adria-Autobahn, 1945 – 1965

Die Zeitspanne von 20 Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg ist geprägt von der Erneuerung der Vorkriegskapazitäten der 1950er Jahre, dem bescheidenen Beginn des Touristenverkehrs und seinem allmählichen Wachstum bis zum Massentourismus in den 1960er Jahren. Neben den großen menschlichen Verlusten und materiellen Opfern hat der Krieg im Land die Tourismusentwicklung unterbrochen. Viele Einrichtungen wurden durch die Nutzung für verschiedene militärische und zivile Zwecke zerstört, und ein Netzwerk von Tourismusorganisationen und -institutionen sowie die technischen Bedingungen wurden allmählich zerstört. Es war notwendig, die gastronomischen und touristischen Einrichtungen zu renovieren, eine neue Tourismusorganisation zu gründen und die Straßen und Transportmittel wiederherzustellen. Von 1946 bis 1953 wurde die Wiederherstellung der touristischen Einrichtungen schrittweise durchgeführt, jedoch ohne System und unvollständig. Die dringendsten baulichen Reparaturen sowie die Beschaffung der für den Gastronomiebetrieb notwendigen Geräte und des Inventars wurden durchgeführt. Die Erneuerung ging nicht mit Infrastrukturen (Wasser, Strom, Einfahrten usw.), Modernisierungen und Standards einher, die das Angebot nicht nur für den einheimischen, sondern auch für den ausländischen Markt wettbewerbsfähig machen würden, oder es fehlten die Mittel für diese Zwecke. Es wurden so bald wie möglich und mit den verfügbaren Mitteln Anstrengungen unternommen, um den Inlandstourismus zu ermöglichen was auf der Grundlage der Privilegien der Gewerkschaftsmitglieder - der Arbeiter - stark zunahm. Unter diesen Umständen wuchs der Touristenverkehr in Kroatien in den Nachkriegsjahren weiter, von 1.238.000 Übernachtungen im Jahr 1946 auf 3.930.000 Übernachtungen im Jahr 1949, was größtenteils auf den Anstieg des Inlandstourismus zurückzuführen ist, der nach dem Krieg aufgrund der Bequemlichkeit der Arbeitnehmer und ihrer Angestellten massiv wurde. Der Auslandsverkehr ist seit 1946 allmählich und stetig gewachsen, und seit 1952 sogar noch stärker. Die zahlreichsten Besucher kamen aus der Tschechoslowakei und Ungarn, mit denen enge politische und wirtschaftliche

⁷Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str. 18-19)

Beziehungen und eine Vorkriegstradition bestand. Von 1949 bis 1950 nahm der ausländische Touristenverkehr infolge der angespannten Beziehungen zur UdSSR ab und begann 1951 wieder zu wachsen. Die Zahl der Gäste aus Österreich, der Bundesrepublik Deutschland, England, Frankreich und der Schweiz wächst erheblich. Der Anteil der Tschechen und Ungarn ist relativ gering, macht aber immer noch 60% des Ausländerumsatzes aus.⁸

3.2.4 Vom Ende des Baus der Adriastraße bis zu den ersten demokratischen Wahlen, 1965 – 1990

Die Fertigstellung der Adriastraße in Richtung Makarska und die Erwartung eines noch stärkeren Wachstums des Touristenverkehrs haben die Initiativen und Aktivitäten aller Wirtschaftsunternehmen, insbesondere der Gastronomie und des Tourismus, sowie der örtlichen Behörden verstärkt. Die Tourismus-, Hotel- und Verpflegungskapazitäten des Jahres 1966 umfassten mehrere Reisebüros wie das Touristenbüro Ex Putnik, Dalmatia Tourist Split und Traveller Belgrade, Riviera Hotels, Park, Belgrad, Makarska, Osejava und Olimpia Guesthouse. Daneben gab es zahlreiche Resorts, Camps, Pubs, Gasthöfe usw.

Im Jahr 1963 wurde der Tourismusverband von Makarska als Tourismusverband des Bezirks Makarska gegründet und nach der Auflösung des Bezirks der Tourismusverband der Gemeinde Makarska. Sie wirkte von 1968 bis 1969 unter diesem Namen und bis 1992 unter dem Namen des Tourismusverbandes Makarska Riviera. Sie beschließt, den Betrieb einzustellen, da die Tourismusverbände gegründet wurden.⁹

3.2.5 Vom Heimatkrieg bis zur Gegenwart, 1990 –

Die großen epochalen sozialen Veränderungen, die Ende der 80er und Anfang der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts die europäischen Staaten unter der Herrschaft der kommunistischen Parteien erfassten, spiegelten sich auch in Kroatien wieder. Im Sommer 1990 ging die Zahl der Touristen erheblich zurück, und seit dem 17. August war das Hauptanliegen der Tourismusorganisationen und -behörden die Frage, wie Touristen sicher nach Hause

⁸Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str. 24-26)

⁹Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str.42)

zurückkehren können. Zum dritten Mal in den 100 Jahren der Tourismusentwicklung wurde der Tourismusverkehr in Makarska im August 1990 teilweise und dann vollständig eingestellt. Unter diesen Umständen gab es 1991 keinen Tourismus, und das Hauptanliegen Kroatiens ist die Verteidigung des Landes und die Befreiung von fast 1/3 des gesamten Territoriums, das die Angreifer besetzt haben. Nach der Anerkennung des kroatischen Staates am 15. Januar 1992 verstärkten sich die Aggressionen, die kriegerischen Operationen wurden schlimmer und es kam zu schweren militärischen und zivilen Opfern. Im Februar wurde das Gebiet von Dubrovnik befreit, im Juni das Miljevacki-Plateau und 1993 Maslenica. Da die Brücke abgerissen wurde und nach der Befreiung von Maslenica die einzige Verbindung zwischen dem Norden und dem Süden Kroatiens war, wurde eine Pontonbrücke errichtet. Ungeachtet der kontinuierlichen Bemühungen von Tourismusorganisationen und -unternehmen, Geschäftsbeziehungen zum Tourismusmarkt aufrechtzuerhalten, war das Geschäft in Dalmatien im Gegensatz zu Gebieten, die vom Krieg wesentlich weniger betroffen waren, sehr schwierig. In Vorbereitung auf die Erneuerung des Touristenverkehrs in Makarska gründeten private Mieter am 10. Juni 1998 eine Vereinigung von Mietern von Unterkünften in Privathäusern. Sie hatten die Aufgabe, die Qualität der Dienstleistungen der Mieter zu verbessern, neue Produkte und Inhalte zu schaffen, gemeinsame Marketingaktivitäten durchzuführen und das zentrale Reservierungssystem für Nutzer und andere Aktivitäten mit den oben genannten zu erarbeiten. Das alles wurde im gemeinsamen Interesse der Mitglieder durchgeführt. Erst zu Beginn des Jahres 2000 wurde die Nachfrage nach Tourismus wieder verstärkt, und es dauerte zehn Jahre nach der Operation Oluja, bis der Tourismus in Makarska sich wieder erholt hat. Die Hotelkapazitäten der zerstörten Hotels, in denen Vertriebene und Flüchtlinge untergebracht waren, nahmen ab. Nach jahrelanger Vorbereitung und Einigung gründete der Tourismusverband von Brela bis Gradac am 18. Juni 2003 den Tourismusverband Makarska Riviera mit der Aufgabe, alle vorhandenen touristischen Potenziale der Makarska Riviera als einzigartiges Reiseziel anzuregen.¹⁰

¹⁰Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.-2006.*, Turistička zajednica grada Makarske, (str. 58-60)

4. TOURISTEN IN MAKARSKA

Tabelle 2. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2018

RBR.	Tourist	Anzahl der Nächte	Anzahl der Ankünfte
	Land des Wohnsitzes	2018	2018
1	Polen	245.228	34.117
2	Bosnien und Herzegowina	173.114	36.807
3	Deutschland	161.493	23.617
4	Schweden	123.814	18.596
5	Norwegen	118.121	15.092
6	Tschechien	99.876	14.361
7	Kroatien	77.401	17.836
8	Slowakei	71.784	10.550
9	Vereinigtes Königreich	61.923	8.388
10	Ungarn	50.583	8.474
11	Österreich	42.079	8.074
12	Italien	39.912	7.212
13	Slowenien	33.152	6.054
14	Finnland	31.696	4.783
15	Ukraine	27.366	3.728
16	Russland	22.072	2.220
17	Serbien	18.536	2.792
18	Schweiz	16.346	3.519
19	Niederlande	13.261	2.795
20	Frankreich	12.372	3.150
21	USA	11.005	2.901
22	Rumänien	9.702	1.808
23	Australien	9.595	2.456
24	Litauen	9.250	1.681
25	Weißrussland	9.230	1.138
26	Dänemark	8.591	1.414
27	Belgien	6.908	1.390
28	Mazedonien	6.597	951
29	Kanada	4.865	1.389

30	Irland	4.526	814
Gesamt		1.520.398	248.107

Quelle: Tourismusverband Makarska <https://makarska-info.hr/hr/planovi-i-izvjesca>. Abgerufen: Im September 2019

Informationen des Tourismusverbandes von Makarska zeigen die Bewegung von Touristen aus dem Ausland in Makarska für das Jahr 2018. Eine interessante Schlussfolgerung ist, dass die meisten Besucher in Makarska polnischer Nationalität sind, gefolgt von Gästen aus dem benachbarten Bosnien und Herzegowina und dann von Deutschen.

Im Gegensatz zu 2018 weist 2017 ähnliche Besucherdaten auf. Das Jahr 2017 ist insofern anders, als die Deutschen an zweiter Stelle in Bezug auf Übernachtungen und Ankünfte stehen, während die Gäste aus Bosnien und Herzegowina an dritter Stelle liegen.

Tabelle 3. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2017

RBR.	Tourist Land des Wohnsitzes	Anzahl der Nächte 2017	Anzahl der Ankünfte 2017
1	Polen	268.837	37.248
2	Deutschland	167.137	23.400
3	Bosnien und Herzegowina	152.678	32.080
4	Norwegen	130.699	16.641
5	Schweden	123.744	18.538
6	Tschechien	104.360	15.045
7	Slowakei	75.826	10.957
8	Kroatien	70.819	15.406
9	Vereinigtes Königreich	50.411	7.056
10	Ungarn	48.856	8.071
11	Österreich	44.731	8.903
12	Italien	35.701	6.667
13	Slowenien	33.463	6.026
14	Russland	27.076	2.484
15	Finnland	23.588	3.769
16	Ukraine	20.676	2.724

17	Serbien	17.316	2.503
18	Schweiz	15.336	3.501
19	Niederlande	13.323	2.616
20	Litauen	12.199	2.285
21	Frankreich	10.623	2.963
22	Weißrussland	9.463	1.133
23	Rumänien	9.038	1.592
24	USA	8.598	2.234
25	Dänemark	8.384	1.349
26	Belgien	7.510	1.504
27	Australien	7.305	1.855
28	Maazedonien	4.486	747
29	Kanada	4.256	1.194
30	Irland	4.053	738

GESAMT

1.510.492

241.229

Quelle: Tourismusverband Makarska, <https://makarska-info.hr/hr/planovi-i-izvjesca>. Abgerufen: Im September 2019

Auch im Jahr 2016 gibt es keine wesentlichen Unterschiede zu den anderen beiden genannten Jahren. Es kann gefolgert werden, dass einer der häufigsten Besucher Deutsch ist, aber auch viele andere deutschsprachige Gäste. Diese Gebiete umfassen die folgenden Länder: Deutschland, Schweiz, Österreich, Liechtenstein.

Tabelle 4. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2016

RBR.	Tourist Land des Wohnsitzes	Anzahl der Nächte 2016	Anzahl der Ankünfte 2016
1	Polen	217.708	30.030
2	Deutschland	152.749	21.109
3	Bosnien und Herzegowina	147.084	30.471
4	Schweden	121.187	17.624
5	Tschechien	101.933	14.436
6	Norwegen	101.424	12.455

7	Slowakei	73.092	10.489
8	Kroatien	70.302	16.120
9	Österreich	43.910	8.000
10	Ungarn	42.023	6.929
11	Vereinigtes Königreich	38.684	5.271
12	Italien	35.079	6.227
13	Slowenien	32.131	5.496
14	Russland	22.068	2.063
15	Ukraine	20.339	2.492
16	Finnland	16.947	2.712
17	Serbien	15.881	2.339
18	Schweiz	14.116	3.029
19	Niederlande	11.313	2.223
20	Litauen	10.167	1.705
21	Frankreich	9.625	2.739
22	Rumänien	9.535	1.648
23	Dänemark	8.739	1.317
24	Weißrussland	7.835	950
25	Belgien	7.368	1.556
26	USA	7.058	1.727
27	Australien	6.066	1.631
28	Mazedonien	5.568	874
29	Kanada	3.455	908
30	Lettland	2.971	433

GESAMT

1.356.357

215.003

Quelle: Tourismusverband Makarska. <https://makarska-info.hr/hr/planovi-i-izvjesca>. Abgerufen: Im September 2019

5. DEUTSCHSPRACHIGE LÄNDER

Wenn Studenten des Polytechnikums von Šibenik befragt werden, welches die meistgesprochene Sprache der Europäischen Union ist, antworten die meisten, dass die meistgesprochene Sprache der Europäischen Union Englisch ist. Dabei muss man jedoch in Betracht ziehen, dass in der Statistik über die Sprachverwendung entweder die Muttersprachler oder Fremdsprachler betrachtet werden können. Deutsch als Muttersprache wird auf der Welt von ungefähr 78.2 Millionen Menschen gesprochen.¹¹ Verschiedene Internetseiten geben verschiedene Angaben zu der Anzahl der Muttersprachler der Deutschen Sprache. Deutsch ist eine westgermanische Sprache und die Amtssprache Deutschlands, Österreichs und Liechtensteins. In der Schweiz ist die sprachliche Situation etwas komplizierter und Deutsch ist neben Französisch, Italienisch und Rätoromanisch eine der Amtssprachen.¹²

5.1. Deutschland

Deutschland ist das bevölkerungsreichste und räumlich führende Land. Es liegt in Mitteleuropa und hat rund 80 Millionen Einwohner. Amtssprache ist Deutsch. Seine zentrale Lage ist sehr verkehrs- und kommunikationsgünstig. Es liegt zwischen den Alpen im Süden und der Nord- und Ostsee im Nordwesten und Nordosten. Mit einer Fläche von 357 138 km² grenzt es an viele Länder wie Dänemark, Polen, die Tschechische Republik, Österreich, die Schweiz, Frankreich, Luxemburg, Belgien und die Niederlande. Deutschland besteht aus 16 Bundesländern. Mitte der 1970er Jahre wurde die Bundesrepublik Deutschland nach mehreren Jahren des BIP-Wachstums mit einer durchschnittlichen Jahresrate von etwa 6,5% zur führenden Wirtschaftsmacht in Europa. Es ist das größte Reiseziel in Europa und neben den Vereinigten Staaten eines der mächtigsten Länder der Welt. Die meisten Deutschen reisen nach Dänemark, Österreich, in die Schweiz, nach Frankreich, nach Kroatien, aber auch im eigenen Land. Ausgangspunkt für den Tourismus sind Urbanisierung, Globalisierung, ein hoher

¹¹Ethnologue.com. Languagesofthe World. 2019. <https://www.ethnologue.com/language/deu>. Abgerufen: Im September 2019

¹²Landessprachen und Amtssprachen Schweiz. <https://www.conviva-plus.ch/?page=2023>. Abgerufen: Im September 2019

Lebensstandard und ein günstiger Standort. Deutschland nutzt touristische Dienstleistungen nicht nur, sondern bietet ihnen auch ein reiches historisches und kulturelles Erbe.¹³

5.2. Österreich

Österreich ist auch ein Land in Mitteleuropa. Es grenzt an die Tschechische Republik, die Slowakei, Deutschland, Liechtenstein, die Schweiz, Italien und Ungarn. Seine Fläche beträgt 83 879 km². Es liegt inmitten der Alpen und besteht aus 9 Bundesländern. In Österreich leben etwa 8,5 Millionen Einwohner. Amtssprache ist Deutsch. Wichtige Merkmale Österreichs sind niedrige Inflation und niedrige Arbeitslosigkeit. Es ist auch ein führendes Touristenziel in den Winter- und Sommermonaten, in denen die Gäste Skigebiete, Thermen, Seen und Hauptgipfel der Alpen besuchen. Eine große Anzahl von Kroaten lebt sowohl in Deutschland als auch in Österreich, was eine wichtige Verbindung zwischen diesen Ländern und Kroatien darstellt. Die Hauptstadt Wien ist eines der meistbesuchten Reiseziele in Österreich.¹⁴

5.3. Schweiz

Die Schweiz ist auch ein Land in Mitteleuropa und grenzt an Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Liechtenstein. Seine Fläche beträgt 41 285 km². Es ist ein Hochgebirgsland, besteht jedoch aus mehreren Klimazonen, die durch Relief bedingt sind. Das Klima in der Schweiz ist bergig, mediterran und mäßig warm. Die Schweiz hat rund 8 Millionen Einwohner und besteht aus 26 Kantonen. Deutsch ist eine von 4 Amtssprachen. Sie ist am meisten vertreten und die anderen Amtssprachen sind Französisch, Italienisch und Rätoromanisch. Zum ersten Mal in der Schweiz hat sich der Tourismus ähnlich wie heute entwickelt. Dazu hat vor allem auch die Position in den Alpen beigetragen.¹⁵

¹³Leksikografski zavod Miroslav Krleža <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=44490>. Abgerufen: im September 2019.

¹⁴Leksikografski zavod Miroslav Krleža <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=4687>. Abgerufen: im September 2019.

¹⁵Leksikografski zavod Miroslav Krleža <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60083>. Abgerufen: im September 2019.

5.4. Liechtenstein

Liechtenstein ist ein Fürstentum in Mitteleuropa zwischen der Schweiz und Österreich und umfasst 160 km². Liechtenstein hat ca. 37.000 Einwohner. Es liegt geografisch in den Alpen und befindet sich im Rheintal. Das Relief ist überwiegend bergig, was zur Entwicklung des Skitourismus beigetragen hat. Die Amtssprache ist Deutsch, und die Zahl der Touristen, die Kroatien von Liechtenstein aus besuchen, ist recht gering.¹⁶

¹⁶Leksikografski zavod Miroslav Krleža <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=36477>. Abgerufen: im September 2019

6. FREMDSPRACHKENNTNISSE IM TOURISMUS

Eine der wichtigsten Komponenten für alle beschäftigten im Tourismus ist die Kommunikationsfähigkeit. Alle Mitarbeiter im Tourismus müssen verschiedenen Gästen aus der ganzen Welt, mit unterschiedlicher Kultur und Gewohnheiten jederzeit hilfsbereit entgegenkommen. Aus diesem Grund ist die Kommunikation im Tourismus wichtiger als in jeder anderen Branche. Es spielt dabei keine Rolle ob es sich um mündliche oder schriftliche Kommunikation handelt. Wenn ein Hotel oder Reisebüro keinen Wert auf die Kommunikation legt, fragt man sich ob es imStande ist dem Gast ein Qualitätsservice zu bieten. Einige Tourismusforscher weisen auf die Bedeutung der Fremdsprachkenntnisse im Tourismus hin. Sie sagen das Fremdsprachkenntnisse der Mitarbeiter im Tourismus einen großen Beitrag zum Qualitätsservicein dieser Branche leisten. Es wird oft gesagt das der Tourismus für Kroatien eine strategische Bedeutung hat. Der Tourismus lebt von der Dienstleistung und diese vom Personal, die sie ausführen. Die Leistung eines Hotels wird von guten und motivierten Mitarbeitern bestimmt, also für den Unternehmenserfolg ist es von wesentlicher Bedeutung positive Kundenerlebnisse zu schaffen, die die Gäste langfristig an das eigene Haus binden. Der Augenblick wenn Kunden und Hotelmitarbeiter in Kontakt treten sieht man als wichtigste Komponente der Qualitätsanstrengungen eines Hotels. Nach Angaben der österreichischen Wirtschaftskammer gibt es in einem Hotel mit 100 Betten 1000 Kontakte zwischen den Gästen und dem Hotelpersonal. Jeder dieser Kontakte mit den Gästen ist sehr wichtig für die zukünftige emotionale Bindung des Gastes an den Betrieb. In diesen vielen kurzen Kontakten wird entschieden ob der Gast zufrieden ist und wieder kommt oder verloren geht. Da bekannt ist, dass die meisten Gäste aus dem Ausland kommen, ist und bleibt die Fremdsprachkenntniss die wichtigste Voraussetzung für die Kommunikation im Tourismus.¹⁷

¹⁷Blažević, N., Bosnar Valković, B., Die Bedeutung der Deutschkenntnisse im kroatischen Tourismus, Fakultät für Tourismus und Hotelmanagement, Opatija, Universität Rijeka, Kroatien. Nr. 1-2, S. 149-158.

7. FRAGEBOGENFORSCHUNG

DIE BEDEUTUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE IM TOURISMUS FÜR DIE BEWOHNER VON MAKARSKA

Die Umfrage wurde über eine Online-Umfrage durchgeführt. Die Umfrage wurde vom Verfasser der Arbeit zusammengestellt und die Zeit für die Durchführung oder Sammlung der Antworten dauerte 4 Tage. 41 Befragte haben die Umfrage beantwortet.

7.1. Forschungsprobleme definieren

Vor der Durchführung war es wichtig, die Hypothese und die Fragen zu stellen, die nach Durchführung der Umfrage beantwortet werden sollten. Folgende Fragen sollten beantwortet werden:

1. Wie ist die Sprachbildung der Befragten?
2. Wie lauten die Meinungen der Befragten zu deutschsprachigen Gästen?
3. Wie sind die Einstellungen der Befragten zu Deutsch im Tourismus?
4. Gibt es Unterschiede zwischen deutschsprachigen Gästen und Gästen aus einem anderen Land?

7.2. Hypothese

Eine Hypothese ist eine Annahme, die auf der Grundlage des aktuellen Wissens getroffen wird. Sie muss abhängig von den Ergebnissen geprüft und akzeptiert oder abgelehnt werden. Die Hypothesen dieser Untersuchung lauten wie folgt: "Deutsch ist für Makarska-Einwohner, die im Tourismus tätig sind, von großer Bedeutung" und "Deutsch sprechende Gäste unterscheiden sich von Gästen aus anderen Ländern." Um die Hypothesen zu bestätigen, werden die Ergebnisse wie folgt analysiert.

7.3. Forschungsziele

Ziel der Forschung war es, die zuvor gestellten Fragen zu beantworten und die Hypothesen zu bestätigen. Dies wird folgendermaßen erreicht:

1. Die Meinung der Befragten sollte überprüft werden.
2. Statistiken sollten erstellt und grafisch dargestellt werden.
3. Die durchgeführten Untersuchungen und die untersuchten Segmente sollten ausführlich erläutert werden.

Da es sich um eine Online-Umfrage handelte, war es wichtig, darauf hinzuweisen, dass viele Einschränkungen vorlagen. Eines der Hindernisse für repräsentative Ergebnisse bestand darin, dass die Umfrage möglicherweise auch von Personen beantwortet wurde, für die sie nicht bestimmt waren, zum Beispiel nicht im Tourismus tätige Personen. Ein weiteres Hindernis bestand darin, dass die Antworten möglicherweise falsch oder nicht ehrlich waren.

Die Umfrage erhielt 41 Antworten. Dies ist auch eine weitere Einschränkung, mit der Autoren bei der Durchführung einer Online-Umfrage konfrontiert sind.

Die Stichprobe der Umfrage waren Nutzer des sozialen Netzwerks Facebook, bei denen die Befragten 4 Tage Zeit hatten, um die Fragen zu beantworten.

Die Umfrage bestand aus 9 Fragen unterschiedlicher Art, zum Beispiel Multiple-Choice-Fragen und einer offenen Frage, in der die Befragten ihre Antwort als Text eingaben.

Der verwendete Fragebogen befindet sich im Anhang dieser Arbeit in kroatischer Sprache.

8. DATENANALYSE UND ERGEBNISINTERPRETATION

Um die Ergebnisse interpretieren zu können, müssen sie gesammelt und analysiert werden. Dies erfolgt in der letzten Phase der Forschung und liefert Antworten auf die gesetzten Ziele und Hypothesen. Der Autor dieser Arbeit erhielt die folgenden Ergebnisse durch Analyse der Daten: 41 Antworten wurden in der Studie gesammelt.

Tabelle. Numerische Darstellung der Ergebnisse der durchgeführten Forschung

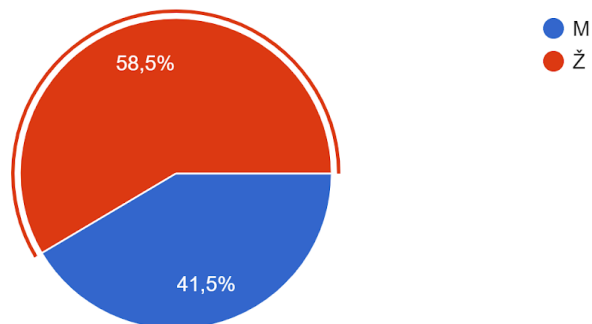
Fragen	Antworten
1.	41
2.	41
3.	41
4.	41
5.	41
6.	41
7.	41
8.	41
9.	10

Im Folgenden wird jede einzelne Frage analysiert und die Antwort grafisch dargestellt.

Diagramm 1. 1Geschlecht

Spol

41 Antworten

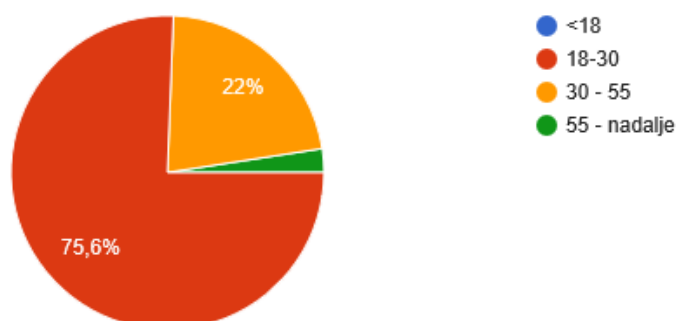


Die Wahlbeteiligung der Befragten nach Geschlecht beträgt c.a 58,5%, 24 Personen des weiblichen Geschlechts sowie c.a 41,5% , 17 Personen des männlichen Geschlechts. Es gab keine Personen die diese Frage nicht beantwortet haben.

Diagramm 2. 1Alter

Dob

41 Antworten



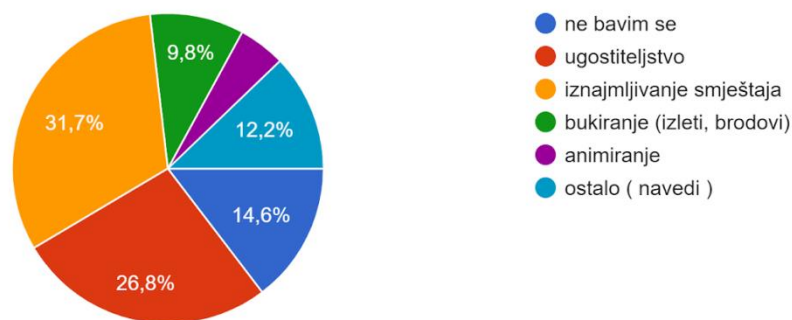
Die Wahlbeteiligung der Befragten nach Alter beträgt 75,6% bzw. 31 Personen zwischen 18 und 30 Jahren. Die Anzahl der Menschen zwischen 30 und 55 beträgt 22% bzw. 9 Personen und

2,4% im Alter von 55 Jahren und darüber. Personen unter 18-Jahren nahmen nicht an der Studie teil.

Diagramm 3. 1 Mit welcher Art von Touristischen Aktivitäten beschäftigen Sie sich?

Kojim se turističkim djelatnostima bavite?

41 Antworten

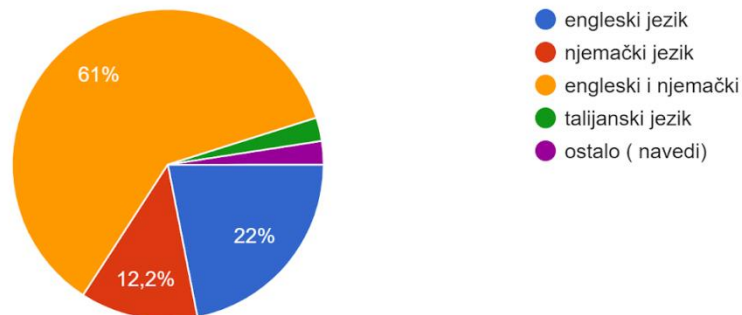


Die folgenden Ergebnisse wurden bei der Untersuchung der touristischen Aktivitäten der befragten Personen erhalten. 31,7% oder 13 Personen vermieten Unterkünfte. 26,8% oder 11 Personen sind im Gastgewerbe beschäftigt. 14,6% oder 6 Personen betreiben keine touristischen Aktivitäten. 12,2% oder 5 Personen sind an anderen Aktivitäten beteiligt, zu denen Spielzimmer für Kinder, Touristenbegleiter und dergleichen gehören. 4,9% oder 2 Personen nannten Animation als ihre Aktivität.

Diagramm 4. 1 Welche Fremdsprachen haben Sie während Ihrer Schulung gelernt?

Koje strane jezike ste učili tokom vašeg školovanja?

41 Antworten

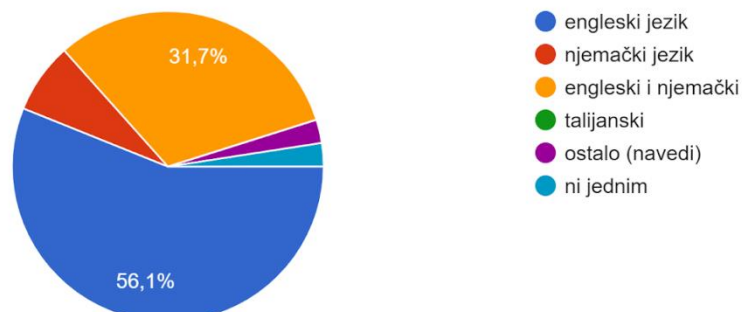


Die folgenden Sprachen wurden als Fremdsprachen erwähnt, die während der Schule gelernt wurden. 61% bzw. 25 Personen gaben Englisch und Deutsch als die Sprachen an, die sie gelernt haben. 12,2% oder 5 Personen gaben nur Deutsch als Unterrichtssprache an. 22% bzw. 9 Personen gaben nur Englisch an. 2,4% bzw. 1 Person gab Italienisch an, während 2,4% bzw. 1 Person den Rest angab - Französisch. Die Dominanz von Englisch und Deutsch in der Schule ist offensichtlich.

Diagramm 5. 1 Welche Fremdsprachen beherrschen Sie?

Kojim stranim jezicima vladate?

41 Antworten



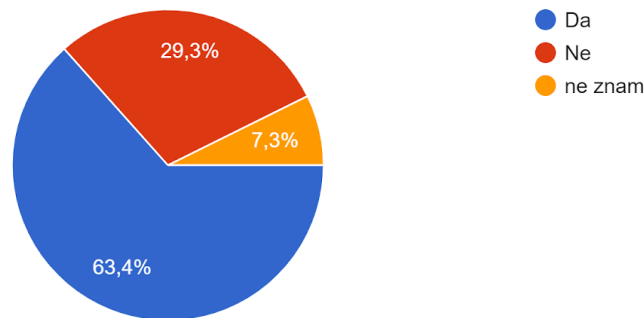
Auf die Frage, welche Fremdsprachen gesprochen werden, antworteten 56,1% oder 23 Personen mit Englisch. 31,7% bzw. 13 Befragte gaben an, dass sie fließend Englisch und

Deutsch sprechen. 7,3% oder 3 Personen gaben an, nur Deutsch zu sprechen. 2,4% bzw. 1 Person antwortete, dass sie (unter anderem) fließend Französisch spricht, und 2,4% bzw. 1 Person antwortete, dass sie keine Fremdsprachen spricht. Diese Antworten zeigen die Dominanz der englischen Sprache.

Diagramm 6. 1Denken Sie dass der Mangel von Deutschkenntnissen Ihre Arbeit erschwert?

Smatrate li da neznanje njemačkog jezika otežava posao?

41 Antworten

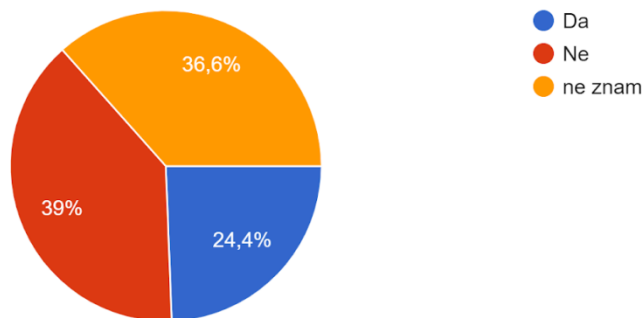


Auf die Frage, ob der Mangel von Deutschkenntnissen die Arbeit schwierig macht, antworteten 63,4% bzw. 26 Personen mit JA, 29,3% bzw. 12 Personen mit NEIN und 7,3% bzw. 3 Personen mit "Ich weiß nicht".

Diagramm 7. 1 Sind Sie der Meinung, dass Gäste aus dem deutschsprachigen Raum mit den Deutschkenntnissen der Tourismusmitarbeiter aus Makarska zufrieden sind?

Smatrate li da su turisti s njemačkog govornog područja zadovoljni znanjem njemačkog jezika makarskih djelatnika u turizmu?

41 Antworten

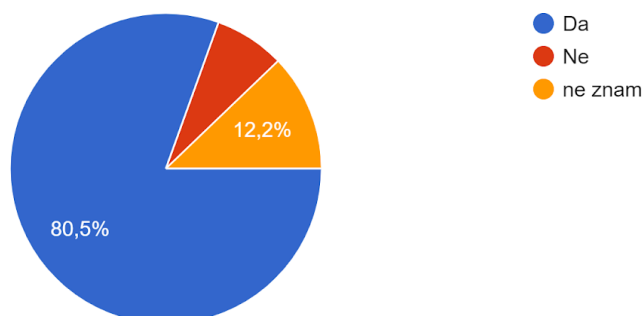


Auf die Frage, ob die Touristen mit Deutsch zufrieden sind, lauten die Antworten wie folgt. 39% bzw. 16 Personen antworteten negativ, 36,6% bzw. 15 Personen sagten "Ich weiß nicht" und 24,4% atworteten positiv.

Diagramm 8. 1 Sind Sie der Meinung das die Deutsche Sprache für den Tourismus in Makarska wichtig ist?

Smatrate li važnim njemački jezik za turizam u Makarskoj?

41 Antworten



Auf die Frage, ob sie Deutsch als wichtig für den Tourismus in Makarska betrachten, fallen die Antworten sichtlich positiv aus. 80,5% bzw. 33 Personen antworteten positiv, 12,2% bzw. 5 Personen sagten, dass sie es nicht wissen und 7,3% bzw. 3 Personen antworteten negativ.

Auf die Frage "Unterscheiden sich Deutschsprachige von anderen Gästen? Wenn ja, woran?" wurden folgende Antworten erhalten:

Ne

Da, po standardima, kulturi, otvorenosti

Smatram da se razlikuju po tome jer su ljubazni, uredni, odgovorni dok su npr talijani kao gosti neuredni

Za razliku od mnogih drugih skupina turista, njemački turisti čak i oni stariji (+50) vladaju engleskim jezikom, nije se tesko s njima sporazumjevat. Drugi turisti tipa francuzi, cesi, poljaci, slovaci, talijani niti znaju niti zele pricati engleski. S njemcima se sporazumimo bez problema čak i ako djelatnik ne vlada znanjem njemackog

Preferiraju vlastiti jezik te u nekim slučajevima se smatraju blago uvrijeđenima ukoliko se s njima komunicira na engleskom jeziku

Nema bas neke prevelike razlike

Po kulturi

Kulture gostiju iz različitih zemalja su različite. Tako se i gosti s njemačkog govornog područja razlikuju od ostalih. Rekla bih da su to : korektni, susdržani gosti koji znaju cijeniti dobru uslugu.

Kulturni su, cijene znanje njemačkog jezika od strane ugostitelja i djelatnika u turizmu.

To su oduvijek dobrodošli gosti, kao prvo kulturni, susretljivi i gosti bolje platežne moći. Kod njih nema cjenkanja. Ne kuhaju u app već se hrane u restoranima.

In Anbetracht der offenen Art der Antwort ist es unmöglich, den Prozentsatz der positiven, negativen und neutralen Antworten zu bestimmen. Es gibt unterschiedliche Meinungen, die in einigen Segmenten übereinstimmen, z. B. unterschiedliche Kultur, besserer Standard, einfachere Kommunikation als bei anderen Gästen und dergleichen.

Diese Frage wurde von 10 von 41 Teilnehmern beantwortet. Dies ist ein Mangel an offenen Fragen, aber der beste Weg, um die Ansichten der Befragten zu untersuchen.

Die anfangs angesprochenen Hypothesen: "Deutsch ist für die im Tourismus tätigen Bewohner von Makarska von großer Bedeutung" und "Deutsch sprechende Gäste unterscheiden sich von Gästen aus anderen Ländern" lassen sich anhand der erhobenen und analysierten Daten bestätigen. Die Rückmeldungen waren überwältigend positiv (80,5%), als die Meinung der Befragten zur Bedeutung der deutschen Sprache für den Tourismus überprüft wurde. Die Hypothese über den Unterschied zwischen deutschsprachigen Gästen und anderen Gästen kann teilweise bestätigt werden, da nur 10 Antworten von insgesamt 41 Befragten eingegangen sind. Die Antworten weisen jedoch auf bestehende Unterschiede hin.

10. Schlussfolgerung

Abschließend ist festzuhalten, dass Makarska trotz seiner geringen Einwohnerzahl auf jeden Fall hervorzuheben ist.

Die Haupteinnahmequelle von Makarska ist der Tourismus. Informationen aus dem Tourismusverband, Literatur zum Makarska-Tourismus, Befragung von Makarska-Caterern und Analyse von Artikeln ergaben folgende Erkenntnisse.

Der Tourismus in Makarska begann vor langer Zeit, noch im Jahr 1905. Das Angebot für die Gäste war damals ganz anders als heute. 1905 wurden die ersten Tourismusorganisationen gegründet und der Ort wurde für Besucher vorbereitet wie z. B. Strände und Sehenswürdigkeiten. Das Angebot ist Jahr für Jahr gewachsen und der Wachstum dauert immer noch an. Was die Besucher von Makarska betrifft, so kommen neben Einwohnern aus Bosnien und Herzogowina und Polen am häufigsten Gäste aus deutschsprachigen Ländern. Diese Länder sind Deutschland, Österreich, die Schweiz und Liechtenstein. Laut einer Umfrage unter Nutzern von sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Facebook, sind in Makarska deutschsprachige Gäste am beliebtesten. Die Meinungen stimmen darin überein, dass die deutsche Sprache für den Tourismus außerordentlich wichtig ist, und dass seine Kenntnisse die Arbeit mit Touristen erleichtern und zu einer besseren Dienstleistung beitragen.

Die zu Beginn der Umfrage aufgestellten Hypothesen werden bestätigt. So wird aus der Arbeit gelernt, dass die deutsche Sprache für die in Makarska im Tourismus tätigen Personen von größter Bedeutung ist, und dass sich Gäste aus dem deutschsprachigen Raum in Bezug auf Kultur, Mentalität, Konsum usw. von anderen Gästen unterscheiden.

Makarska ist ein wichtiges Touristenziel für eine große Anzahl von Gästen. Daher ist die Aufklärung, Vorbereitung und Bereitstellung verschiedener Dienstleistungen für sie und ihre Bewohner und Anbieter von Tourismusdienstleistungen wichtig. Hierzu trägt beispielsweise der DSD-Unterricht (Deutsches Sprachdiplom) an weiterführenden Schulen bei, der den Schülern die Möglichkeit bietet, verschiedene Stufen der Deutschkenntnisse zu lernen. Außer

dem DSD-Unterricht, wird in Makarska eine Fakultät im Tourismusbereich eröffnet, was wieder ein grosser Fortschritt für die Stadt ist.

Damit Makarska im bestmöglichen Licht bleibt und die Qualität der Dienstleistungen für seine Gäste nicht vernachlässigt, ist es erforderlich, kontinuierlich in die Qualität der Dienstleister sowie der Stadt und der Umwelt zu investieren und diese zu erhalten.

11. LITERATUR

1. Blažević, N., Bosnar Valković, B., (2002.), Die Bedeutung der Deutschkenntnisse im kroatischen Tourismus, Fakultät für Tourismus- und Hotelmanagement, Opatija, Universität Rijeka, Kroatien
2. Franić, M., (2006.), *Razvoj turizma u Makarskoj 1906.- 2006.*, Turistička zajednica grada Makarske
3. Laškarin Ažić, M., (2018.), „*Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu*“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
4. Ethnologue.com. Languagesofthe World. 2019. <https://www.ethnologue.com/language/deu>. Abgerufen: Im September 2019
5. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=36477>. Abgerufen: Im September 2019
6. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60083>. Abgerufen: Im September 2019
7. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=4687>. Abgerufen: Im September 2019
8. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=44490>. Abgerufen: Im September 2019
9. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://croatia.eu/article.php?lang=3&id=34>. Abgerufen: Im September 2019
10. Landessprachen und Amtssprachen Schweiz. <https://www.conviva-plus.ch/?page=2023>. Abgerufen: Im September 2019
11. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2016. https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf. Abgerufen: Im September 2019
12. Turistička zajednica Makarska, <https://makarska-info.hr/hr/planovi-i-izvjesca>. Abgerufen: Im September 2019

12. LISTE DER TABELLEN, BILDER UND DIAGRAMME

Tabelle 1. 1 Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittlicher Aufenthalt nach Land des Touristen.....	4
Tabelle 2. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2018.....	12
Tabelle 3. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2017.....	13
Tabelle 4. 1 Ankünfte und Übernachtungen von Touristen 2016.....	14
Slika 1. 1 Makarska. 1957.....	7
Slika 2. 1 Außenansicht mit Umgebung, Hotel Osejava.....	7
Diagramm 1. 1 Geschlecht.....	23
Diagramm 2. 1 Alter.....	23
Diagramm 3. 1 Mit welcher Art von Touristischen Aktivitäten beschäftigen Sie sich?.....	24
Diagramm 4. 1 Welche Fremdsprachen haben Sie während Ihrer Schulung gelernt?.....	25
Diagramm 5. 1 Welche Fremdsprachen beherrschen Sie?.....	25

Diagramm 6. 1 Denken Sie dass der Mangel von Deutschkenntnissen Ihre Arbeit erschwert?
..... 26

Diagramm 7. 1 Sind Sie der Meinung, dass Gäste aus dem deutschsprachigen Raum mit den
Deutschkenntnissen der Tourismusmitarbeiter aus Makarska zufrieden sind? 27

Diagramm 8. 1 Sind Sie der Meinung das die Deutsche Sprache für den Tourismus in
Makarska wichtig ist?..... 27

13. ANHANG

Fragebogen

1. Spol

- a) M
- b) Ž

2. Dob

- a) < 18
- b) 18-30
- c) 30-55
- d) 55- nadalje

3. Kojim se turističkim djelatnostima bavite?

- a) Ne bavim se
- b) Ugostiteljstvo
- c) Iznajmljivanje smještaja
- d) Bukiranje (Izleti, brodovi)
- e) Animiranje
- f) Ostalo (navedi)

4. Koje strane jezike ste učili tokom Vašeg školovanja?

- a) Engleski jezik
- b) Njemački jezik
- c) Engleski i njemački
- d) Talijanski jezik
- e) Ostalo (navedi)

5. Kojim stranim jezicima vladate?

- a) Engleski jezik

- b) Njemački jezik
- c) Engleski i njemački
- d) Talijanski
- e) Ostalo (navedi)
- f) Ni jednim

6. Smatrate li da neznanje njemačkog jezika otežava posao?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

7. Smatrate li da su turisti s njemačkog govornog područja zadovoljni znanjem njemačkog jezika makarskih djelatnika u turizmu?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

8. Smatrate li važnim njemački jezik za turizam u Makarskoj?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

9. Razlikuju li se gosti s njemačkog govornog područja od ostalih gostiju? Ako da, po čemu?