



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

2

Katica Sobo, Sonja Eterović

# **ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN**

**Lehrbuch für die erste Klasse  
der Gastgewerbeschule**

Beruf Hotelier  
Fachrichtung Gastgewerbe

Dritte Ausgabe  
Pula, 2011  
HoReBa  
Übersetzung ins Deutsche  
Katica Sobo, Sonja Eterović

Karlovac, 2021 / Veleučilište u Karlovcu



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

# **ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN**

---

## **TEIL 2**

---

### **Lehrbuch für die erste Klasse der Gastgewerbeschule**

Beruf Hotelier  
Fachrichtung Gastgewerbe

Dritte Ausgabe

Pula, 2011

HoReBa

Übersetzung ins Deutsche

Katica Sobo, Sonja Eterović

Karlovac, 2021

**Kroatische Auflage**

Redakteur: Msc. Ivan Marošević

Rezensenten: Dr. Franjo Radišić, Prof. Nedjeljko Jančić, Prof. Vesna Radetić

Grafischer Redakteur: Robert Rukavina, Ing. Graph.

Lektorin und Korrektorin: Gordana Ožbolt, Prof.

Grafische Vorbereitung: Fintrade&Tours G.m.b.H.

Druck: Zrinski A.G. Čakovec

ISBN 978-953-97582-8-6

UDK 372.864.04(075.3)

**Übersetzung ins Deutsche**

Verlag: Veleučilište u Karlovcu

Für den Verleger: Dr. sc. Nina Popović, prof. v. š.

Rezensenten: Prof. Dr. Blaženka Filipan-Žigniċ

Ao. Prof. Dr. Damir Veliċki

Doc. Dr. Vladimir Legac

Übersetzung ins Deutsche: Dr. Katica Sobo

Sonja Eterović, Mag. Educ. Philol. Germ.

Grafischer Redakteur: Michel d. o. o.

ISBN (online) 978-953-8213-09-0

Die Veröffentlichung dieser Publikation wurde vom Verleger-Ausschuss der Fachhochschule in Karlovac aufgrund des Veröffentlichungsbeschlusses Nr. 7.5-13-2020-2 genehmigt.



## **INHALT**

### **TEIL 2**

<b>4.</b>	Entwicklung des Gastgewerbes	5
<b>4.1</b>	Entstehung und historische Entwicklung	5
<b>4.2</b>	Entwicklung und Entwicklungsstand des Gastgewerbes in Kroatien	8
<b>4.2.1</b>	Entwicklung des Gastgewerbes in Kroatien von 1918 bis 1941	9
<b>4.2.2</b>	Entwicklung des Gastgewerbes in Kroatien von 1945 bis 1965	12
<b>4.2.3</b>	Entwicklung des Gastgewerbes in Kroatien von 1966 bis 1990	13
<b>4.2.3.1</b>	Effizienz von Investitionen*	14
<b>4.3</b>	Stand des Gastgewerbes in der Republik Kroatien 1991 bis 2000	18
<b>4.3.1</b>	Perspektive und Entwicklungsrichtungen des Gastgewerbes in Kroatien	21
<b>4.3.1.1</b>	Entwicklungsperspektiven des Gastgewerbes	21
<b>4.3.1.2</b>	Entwicklungsrichtungen des Gastgewerbes	25
<b>4.4</b>	Umwandlung vom gesellschaftlichen in privates Eigentum	27



## 4. Entwicklung des Gastgewerbes

### 4.1. Entstehung und historische Entwicklung

#### *Gastfreundschaft in der ursprünglichen Gemeinschaft*

Unter diesem Begriff versteht man die freiwillige Aufnahme von Personen als Gäste, die Hilfe im Sinne von Übernachtungsmöglichkeiten und Verpflegung benötigen, die der Gastgeber in seinem Zuhause kostenlos anbietet.

Die Gastfreundschaft stammt noch aus der Zeit der ursprünglichen Gemeinschaft, als die verschiedenen Stämme begonnen haben, bestimmte Waren in einer größeren Menge herzustellen, als sie sie benötigen. Um einen solchen Austausch umsetzen zu können, ist man manchmal zu entfernteren Stämmen einige Tage lang gereist. Das bedeutet, dass der Reisende – Händler – eine sichere Übernachtungsmöglichkeit und Verpflegung benötigte. So ist die Gastfreundschaft entstanden, die es ermöglichte, dass Menschen sich außerhalb ihres Aufenthaltsorts bewegten. Die Gastfreundschaft entstand als Art der gegenseitigen Unterstützung, wodurch der Austausch von Gütern aus entfernt gelegenen Orten ermöglicht wurde. Dies war die Zeit der klassenlosen Gesellschaft.

Eine solche Gastfreundschaft ist mit der Zeit zum Brauch geworden, der dem Reisenden das Recht gegeben hat, sie zu fordern, aber gleichzeitig auch die wechselseitige Pflicht, sie zu gewähren, wenn ihm ein unbekannter Reisender an die Tür klopft.

#### *Gastfreundschaft und Gastgewerbe im Altertum\**

In der ursprünglichen Gemeinschaft herrschte demnach die verpflichtende kostenlose Aufnahme von Reisenden als Gäste, die sich auch auf zukünftige Zeiten übertragen und sogar verbessert hat. Einem angekommenen Reisenden kostenlos Aufenthalt in seinem Heim zu gewähren, ist zu einer religiösen Pflicht und zur Ehre für den Gastgeber geworden. Die Römer waren der Meinung, dass der Gott Jupiter den Reisenden schützt, den sie Jupiter hospitalis (Jupiter Gastgeber) nannten, und bei den Griechen nahm der Gott Zeus diese Rolle ein.

Der fremde Reisende, der sich in einem fremden Land wiederfand, war sicher, dass er einen gastfreundlichen Hausherrn finden wird, der ihn freundlich und sorgsam aufnehmen und bei seiner Weiterreise wahrscheinlich spendabel verabschieden wird. Am Tisch saß er neben dem Hausherrn, ihm wurden ausgewählte Speisen und beste Weine serviert, und bei seiner Abreise bekam er Verpflegung für die Reise, oft sogar ein Geschenk.

Im Altertum entschieden sich immer mehr Menschen zu Reisen in weiter entfernte Städte und sogar in fremde Länder. Sie reisten, um Waren zu kaufen oder zu verkaufen, staatliche Bedienstete reisten wegen staatlichen Angelegenheiten, viele Pilger pilgerten zu religiösen Feierlichkeiten usw.

Mit der Zeit wurde immer mehr gereist, und in bestimmten Orten erschienen mehr Gäste, als es großzügige Bürger – Gastgeber – gab, so dass die Reisenden begannen, Verpflegung mit sich zu tragen und in bescheidenen Unterkünften zu nächtigen, die von religiösen Verbänden organisiert wurden, und die sich in der Nähe von Tempeln, Sanktuarien und Orakeln befanden. Diese Dienstleistung wurde nicht mit Geld bezahlt, sondern hauptsächlich mit verschiedenen Weihgeschenken.

Die Gastgeber, die Reisende als Gäste aufnahmen, begannen, verschiedene Geschenke für die gebotenen Leistungen anzunehmen, was als Beginn der bezahlten Gastfreundschaft bzw. als Beginn des Gastgewerbes angesehen wird.

Viele Staaten vereinbarten zu dieser Zeit die gegenseitige Gastaufnahme ihrer Bediensteten und Adligen, weil dies weniger kostete. Dies machten auch zahlreiche Zünfte für ihre Mitglieder. Das war im Grunde das erste geschäftliche Gastgewerbe. Die luxuriösen Gebäude, in denen solche Gäste aufgenommen wurden, hießen hospitum, palatia oder pretorija.

\* Altertum – Zeitraum vom 8. Jahrhundert vor Christus bis zum 5. Jahrhundert nach Christus – Zeitalter der römischen und griechischen Kultur; Zeitalter der Sklaverei.



Die viele Reisende nicht zu den Gruppen gehörten, die staatlichen, Zechen- oder andere Begünstigungen genossen, haben sie Unterkunft gesucht, wo es Gelegenheit gab, und diese bei Abreise bezahlt.

Es gilt, dass die ersten gastgewerblich-kommerziellen Objekte in Europa in Griechenland gebaut wurden. Sie hießen *leshe*, in Rom waren es die *cauponae*, spezielle Gaststätten, die Speis und Unterkunft anboten.

Im antiken Zeitalter, rund 1500 v. Chr., war Ägypten eines der fortschrittlichsten Länder, dank des bereits damals sehr gut entwickelten Handels, der mit den Nachbarländern, aber auch mit einigen viel weiter entfernten Ländern, bis nach Indien, auf dem Festland und dem Meer. Große Städte, wie Alexandrien, Teba und Memfis, waren Treffpunkte für in- und ausländische Händler, was in Vielem zur Entwicklung des Hotelgewerbes, Handwerks und Handels beigetragen hat.

Es gilt, dass in Ägypten der erste Hotelbetrieb eine Bierstube war, weil die Bierproduktion seit Langem bekannt war. Auf den Handelswegen gab es schon damals Karawansereien\*, Objekte die kostenlose Übernachtungen für Reisende und ihre Kamele oder Pferde boten, während sie das aßen, was sie bei sich hatten. In Städten wurden an den Tempeln Herbergen für die Pilger gebaut, die von weit her kamen, und um die sich die Priester aus den Tempeln kümmerten. Für die Reichen und Adligen waren luxuriöse Unterkünfte vorgesehen.

Nachdem Ägypten zum Teil des Römischen Kaiserreichs geworden ist (31. V. Chr.), blühten Handel, Handwerk und Gastgewerbe in ganz Ägypten weiter auf, insbesondere in Alexandrien. Religionsfeierlichkeiten endeten in Saufgelagen und Lustbarkeiten, bei denen die Anwesenden von Musikern, Tänzerinnen, Akrobaten und Schauspielern unterhalten wurden. An alkoholischen Getränken wurden einige Sorten Bier hergestellt. Auch der Wein war damals bekannt, wurde aber weniger getrunken.

#### *Mittelalter*

Nach dem Zerfall des Römischen Reiches wurden Reisen durch Europa wegen der vielen Räuber gefährlich, aber reisen musste man. Deshalb hat Karl der Große\*\* im Jahr 800 den Klöstern auf seinem Gebiet befohlen, ankommenden Reisenden Unterkunft und Speisen zu geben. So sind die Klosterunterkünfte, die so genannten *hospiciji*, entstanden.

Nach den Kreuzzügen (11. bis 13. Jh.) wurde der Handel immer intensiver, besonders zwischen den großen europäischen Städten und einigen Überseeländern, wodurch auch der Bedarf nach gastgewerblichen Leistungen gestiegen ist (Übernachtung, Speis und Unterhaltung). Es begannen Gaststätten und Herbergen zu öffnen, die zu dieser Zeit meistens nach dem Ort, in dem sie sich befanden, oder nach Tieren benannt wurden – z.B. Gaststätte zum Bären, Löwen usw.

Der gastgewerbliche Betrieb bestand üblicherweise aus der Küche und in Fortsetzung der Küche aus einem größeren Raum, in dem die Gäste bewirtet wurden, und zwar an Tischen, an denen häufig auch geschlafen wurde. Gesonderte Räume waren nur für besonders angesehene Gäste vorgesehen, wie z.B. Priester, Fürste, Adlige.

Die Eigentümer der Gaststätten waren einfache Leute, die den Feudalherren, auf deren Land sie sich befanden, bestimmte Abgaben zahlen mussten. Auch einzelne Feudalherren waren Eigentümer von Gaststätten, aber sie haben sie nicht besucht, weil sie nur für die niedrigeren Schichten bestimmt waren, weshalb sie es für nicht angemessen hielten, solche Gaststätten aufzusuchen. Darum haben sie sie verpachtet oder ihren Betrieb einem ihrer Leute anvertraut, weil die Gaststätten gute Einnahmen gemacht haben.

\*Karawansereien waren gastgewerbliche Objekte für die Unterbringung, Übernachtung und Erholung von Menschen, Kamelen und Pferden, mit denen sie gereist sind, was typisch für den Nahen Osten zur damaligen Zeit war.  
Karawane – mehrere Kamele oder Pferde, die Waren tragen, *seraj* – größeres Haus.

\*\* Karl der Große (742-814) – franz. König, seit 800 römisch-deutscher Kaiser, Herrscher fast des ganzen West- und Mitteleuropas, bekannt als Befehlshaber und Reformist.



Zu dieser Zeit waren die Gastgewerbebetreiber in Städten zusammen mit den übrigen Gewerbebetreibern im Ort oder in der Region bereits zu Zechen organisiert. Die Vorschriften für das Gastgewerbe waren sehr streng, sie bezogen sich auf die Qualität der Leistungen, die Arbeitszeit, das Verhältnis gegenüber den Gästen, die Zahlung der Steuern usw.

### *Neues Zeitalter*

Dieses Zeitalter beginnt am Anfang des 16. Jahrhunderts. Damals machte das Gastgewerbe infolge der häufigen Kriege nur schwer Fortschritte in Europa, aber da sich dies nicht katastrophal auf Frankreich ausgewirkt hat, erlebte ihr Gastgewerbe dennoch eine Entwicklung.

„Unter Ludwig XIV. (1638 – 1715) nahmen die Adligen in Frankreich überhand, indem sie den Luxus des Königs nachahmten. Die Adligen bauten und hielten Schlösser auf dem Land, in der Hauptstadt in Paris oder in anderen Orten. In den Schlössern empfingen sie ihre Freunde oder organisierten prunkvolle Feste. Um ihre Gastfreundschaft zu betonen, nannten die Adligen ihre Schlösser „Hotel“, ein Wort, das vom lateinischen hospitis – Gast abstammt. Das städtische Rathaus wurde „Hotel de ville“ genannt. Eine besonders wichtige Person in diesen Schlössern war der Schlossmeister, der den Titel „maitre d’hotel“ (mètr dotel) trug. Er kümmerte sich darum, dass die Gäste gut untergebracht, gut bewirtet und gut unterhalten wurden. Diese Adelsschlösser/-Hotels rangen untereinander und mit dem Königsschloss darum, wer seinen Gästen bessere und raffiniertere Speisen anbot.

Da Geld dabei keine Rolle spielte, konnte der Küchenchef die teuersten Speisen zubereiten. Die kulinarischen Künste erreichten in diesem Zeitalter das höchste Niveau.“\*

Das gut bezahlte Personal in den Schlössern, unter dem sich auch der maitre d’hotel und der Küchenchef befanden, haben oft die Schlösser verlassen und ihre eigenen gastgewerblichen Betriebe für die Verpflegung und Unterbringung von Reisenden in ganz Frankreich unter der Bezeichnung Hotel eröffnet. So ist mit der Zeit die Bezeichnung Hotel zum Begriff für etwas besser eingerichtete Herbergen geworden, den bereits im 19. Jh. viele Länder in Europa angenommen haben.

Der Begriff Restaurant bzw. Restauration stammt auch aus Frankreich, man geht vom Jahr 1765 aus.

Die Eröffnung der ersten Cafés datiert ebenfalls vom Ende des 17. Jahrhunderts. In Oxford wurde das erste Café 1650 eröffnet, in Marseille 1671, in Hamburg 1679, in Wien 1683, in Leipzig 1694, in Berlin 1721, in Zagreb 1749.

Es gibt Aufzeichnungen, dass in Sarajewo die Eröffnung des östlichen Kaffeehaustyps (ohne Tische, mit dicken Teppichen auf dem Boden) bereits im Jahr 1592 und in Mostar 1660 stattfand.

Die Cafés waren sofort bei den Intellektuellen beliebt. In ihnen trafen sich zu Beginn hauptsächlich Intellektuelle, Schriftsteller, Politiker, Künstler, Schauspieler usw., die über Politik, Literatur, Philosophie, Kunst usw. diskutierten, so dass man sie auch „platonische Akademien“ nannte.

Mit der Entwicklung von Industrie und Handel begannen viele Menschen zu reisen. Sie reisten überwiegend mit Postkutschen. Demgemäß stieg auch die Nachfrage nach immer besseren Hotels, Herbergen, Restaurants usw.

Im 19. Jh. wurde durch die Inbetriebnahme der Eisenbahn das Reisen um Vielfaches vereinfacht und erleichtert. Das Ergebnis waren viele Hotels in europäischen Ländern, die in der Nähe von Bahnhöfen oder im Stadtzentrum lagen, deren Namen meistens Palace, Imperijal, Royal, Central o.ä. waren, oder die in ihrem Namen den Nachnamen des Inhabers enthielten, z.B. Hotel Milinov, Hotel Odak usw., oft noch mit dem Zusatz Grand, z.B. Grand Hotel Ritz.

\* Dr. A. Frlić, Skript über die Entwicklung des Gastgewerbes, Zagreb, 1956, S. 4



Eine wichtige Zeit für die Entwicklung des Hotelwesens war der Beginn des 20. Jahrhunderts, weil zu dieser Zeit viele Innovationen in die Hotels eingeführt wurden. Die Beleuchtung in Hotels entwickelte sich wie folgt: Kerzen, Petroleumlampen, Gaslampen und zum Schluss elektrische Glühbirnen. Der Ofen, der das Zimmer beheizte, war ein Holzofen und wurde durch Zentralheizung ersetzt. Kaltes Wasser im Zimmer gab es in einem Krug oder in einer Waschschüssel, dies wurde ersetzt durch kaltes und warmes Wasser aus der Wasserleitung. Die Einführung der Kanalisation in den Städten ermöglichte die Einführung der englischen Toilette (WC) mit Wasserspülung, die Einführung des Schwachstroms in den Hotels ermöglichte die Installierung von Telefonen und Lichtsignalisierung in den Hotelzimmern. In den Küchen tauchten Kühlanlagen für die Lebensmittel auf. Leider wurden der Hotelbau und die Einführung moderner Ausstattung 1914 durch den Ersten Weltkrieg unterbrochen.

Nach dem Krieg setzte man den Hotelbau fort, aber man achtete mehr auf den Baupreis und die Ausstattung, auf die Größe des Hotelzimmers usw. Immer mehr Hotelzimmer bekamen ein Bad, große Holzschränke wurden durch Einbauschränke ersetzt, wegen des Lärms vom Flur oder von der Straße wurden doppelte Türen und Fenster eingebaut.

In den USA gab es bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts einige gebaute Hotels mit mehreren tausend Betten und einigen großen Restaurants, Tanzsälen, Salons usw.

## 4.2. Entwicklung und Entwicklungsstand des Gastgewerbes in Kroatien

Im feudalen Zeitalter konnten in Kroatien\* laut dem Gesetz aus 1550 Großgrundbesitzer und freie Städte Schankwirtschaft\*\* betreiben, andere Städte, Adelige, Gemeinde und die Kirche konnten dies per Sonderprivileg tun. Sie wollten dieser Tätigkeit nicht nachgehen, weil es unter ihrer Würde war, so dass sie ihre Wirtsschänken an Bürger und Fronbauern verpachtet haben, von denen sie dafür den vereinbarten Geldbetrag erhielten.

Zu dieser Zeit gab es auch Herbergen, die sich hauptsächlich an Poststationen und vor Zollämtern befanden.

Gemäß dem Gewerbegesetz aus dem Jahr 1884 konnten auf dem Gebiet des heutigen Kroatiens die folgenden gastgewerblichen Betriebe betrieben werden:

1. Gasthof
2. Wirtshaus
3. Kneipe
4. Schnapsschenke
5. Bierstube (Weinkeller)
6. Café
7. Kaffeeschenke.

Um einige dieser Betriebe zu eröffnen, benötigte man eine Genehmigung von den zuständigen staatlichen Ämtern.

Die Eröffnung eines Hotels in Kroatien wurde stark vom Bau der Eisenbahnlinie, von der Schaffung der Schiffslinien mit Küstenstädten und Inseln und vom Beginn des Tourismus angeregt.

Am wichtigsten für die Wirtschaft Kroatiens waren:

- Zidani Most – Zagreb – Sisak, 1862 in Betrieb genommen
- Zagreb – Split, gebaut in Etappen zwischen 1877 und 1925
- Zagreb – Varaždin, 1886 für den Verkehr geöffnet
- Zagreb – Karlovac, 1865 beendet, kam 1873 nach Rijeka.

\*Siehe: Dr. A. Frlić, Skript über die Entwicklung des Gastgewerbes, Zagreb, 1956, S. 4 bis 8

\*\*Krčmariti (eine Schankwirtschaft betreiben) – in einer Schankwirtschaft arbeiten und davon leben. Eine Kneipe war zu dieser Zeit ein primitiv eingerichteter Raum, ein gastgewerbliches Objekt, in dem Wein und Schnaps ausgeschenkt wurden, in das die niedrigeren Klassen einkehrten, die sich oft betranken und Unruhe stifteten.





Der Eisenbahnverkehr mit Istrien und dem Kroatischen Küstenland wurde 1857 durch die Bahnlinie Wien – Triest, Sv. Petar – Rijeka 1873, Divača – Pula 1876 geschaffen.

Bereits 1830 besaß Zagreb eine große Herberge, die 1886 zu einem Hotel umgebaut wurde. Ab diesem Zeitpunkt bis 1914 wurden in Zagreb mehrere Hotels und Gasthöfe und an die zehn Kneipen und Wirtshäuser gebaut.

In Opatija wurde 1884 das erste Hotel, das Hotel Kvarner eröffnet. Nur ein Jahr nach der Eröffnung auch das heutige Hotel Imperijal. Opatija besaß bereits 1909 70 Hotels und Pensionen mit insgesamt 3256 Betten.

Dubrovnik bekam sein erstes Hotel, das heutige Hotel Imperijal, im Jahr 1897, das Hotel Odak (das heutige Excelsior) im Jahr 1913, das Grand hotel Lapad 1914.

#### 4.2.1 Entwicklung des Gastgewerbes in Kroatien 1918 bis 1941

Nach dem Zerfall der Monarchie Österreich-Ungarn\* wurde in einem Teil des Balkans ein neuer Staat geschaffen, der Königreich der Slowenen, Kroaten und Serben genannt wurde. Dies war ein kapitalistisch organisierter Staat, so dass die allgemeinen Geschäftsbedingungen der gesamten Wirtschaft mit diesem System übereinstimmten. Es herrschte eine schonungslose Konkurrenz, die Arbeitszeit und die Höhe des Gehalts der Arbeiter bestimmte der Inhaber des gastgewerblichen Objekts. Für das Bedienungspersonal was das Gehalt oft nur das Trinkgeld, das sie von den Gästen erhielten. Die Gewerkschaft wirkte nur schwach, wenige Arbeiter waren sozialversichert.

Die Genehmigung (den Gewerbeschein) für die Eröffnung eines Buffets, einer Volksküche und einer Kneipe stellten die Gemeindeämter aus, für die übrigen Objekte das Ministerium für Industrie und Unternehmertum mit Zustimmung des Ministeriums für Inneres, Sozialpolitik, Volksgesundheit und Bauwesen.

Anfang 1932 trat das Gesetz für Betriebe in Kraft, in dem 9 Arten gastgewerblicher Objekte aufgeführt sind, in denen die ganzheitliche gastgewerbliche Tätigkeit ausgeübt wird:

1. Hotel
2. Pension
3. Gasthof oder Herberge\*\*
4. Wirtshaus
5. Restauration (Restaurant)
6. Volksküche
7. Café (und Bar)
8. Buffet
9. Kneipe

Gastgewerbliche Betriebe konnten nicht in der Nähe von Schulen, Krankenhäusern, Sanatorien, Kirchen, Tempeln, Friedhöfen usw. liegen, um den Betrieb dieser Institutionen nicht zu stören. Außerdem konnte die Polizei die Eröffnung solcher Betriebe in bestimmten Straßen und auf bestimmten Plätzen verbieten. Die lokalen Behörden konnten für diese Betriebe besondere Bedingungen in Bezug auf die Einhaltung von Ruhe, Ordnung und Sicherheit aussprechen.

\*Nach dem Zerfall der Österreich-Ungarischen Monarchie 1918 wurde auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens ein neuer Staat unter dem Namen Königreich der Slowenen, Kroaten und Serben („SHS“) geschaffen, der 1929 in Königreich Jugoslawien umbenannt wurde. 1992 wurde das Territorium des damaligen Kroatiens, Slawoniens und Dalmatiens in 6 Verwaltungsbezirke aufgeteilt: Zagreb, Osijek, Srijem, Primorje-Krajina, Split und Dubrovnik. Während der Diktatur vom sechsten Januar (1929 – 1934) wurden aus diesen Verwaltungsbezirken zwei Banschaften gebildet: Die Banschaft Savska mit Sitz in Zagreb und die Banschaft Primorska mit Sitz in Split. Die genannten zwei Banschaften wurden 1939 zu einer einheitlichen Banschaft Kroatien mit Sitz in Zagreb vereint, die vom Ban anstelle des Königs verwaltet wurde.

\*\*Im Gasthof wurden Zimmer ausgegeben und in der Herberge Betten.



Tabelle 1. Unterbringungskapazitäten im Königreich Jugoslawien 1931

Banschaft	Anzahl Hotels	Anzahl der Zimmer in den Hotels	Anzahl der Betten in den Hotels
Dravska (Ljubljana)	263 (17)	4.454 (503)	7.580 (728)
Drinska (Sarajewo)	42 (5)	1.180 (279)	1.467 (323)
Dunavska (Novi Sad)	202 (5)	1.369 (158)	1.908 (217)
Moravska (Niš)	135 (11)	1.836 (197)	2.771 (290)
Primorska (Split)	50 (12)	1.082 (54)	1.830 (656)
Savska (Zagreb)	198 (16)	4.681 (735)	7.741 (1.078)
Vardarska (Skopje)	263 (56)	1.649 (415)	2.566 (475)
Vrbavska (Banja Luka)	17 (1)	318 (100)	500 (146)
Zetska (Cetinje)	100 (6)	1.926 (75)	3.242 (116)
Beogradska (Belgrad)	67 (57)	1.489 (1.368)	2.434 (2.221)
Summe Jugoslawien	1.346	17.086	26.014

Quelle: Dr. F. Radašić, Ökonomik und Geschäftsorganisation im Hotelwesen, O. Keršovani, Opatija, 1989, S. 26

Außerdem konnte der Banus für die gastgewerblichen Betriebe und Touristenorte und –Gebiete besondere Verordnungen vorgeben, die deren Arbeit geregelt haben. So hat z.B. auf Grundlage des Gesetzes für die Betriebe der Banschaft Savska 1934 die Verordnung über die Förderung der touristischen Interessen, der Orte, Gegenden und Bäder, die wichtig für den Tourismus auf dem Gebiet seiner Banschaft waren, sowie die Verordnung über die Verbesserung und Förderung gastgewerblicher Betriebe erlassen. Durch diese Vorschriften wurden die Bedingungen für den Bau und die Einrichtung neuer gastgewerblicher Betriebe geregelt, von denen die wichtigste Bedingung die Einführung von fließendem Wasser in den Unterbringungsbetrieben und eine Reihe von Bedingungen in Bezug auf die Hygiene usw. waren, wodurch dem spontanen Bau gastgewerblicher Objekte ein Ende gesetzt wurde, und das war besonders für die Objekte wichtig, die für einheimische und ausländische Touristen bestimmt waren. Von den gastgewerblichen Objekten konnten nur die Restaurants, Wirtshäuser, Cafés und Kneipen Musik anbieten. Der Banus konnte in einzelnen Betrieben das Ausschanken bestimmter Arten alkoholischer Getränke verbieten. Das Hotel konnte in seinem Rahmen nur eine Restauration und ein Café haben, eine Pension konnte nur Unterkunft, Speisen und Getränke für ihre Gäste anbieten. Sie durfte keine vorbeikommenden Gäste aufnehmen. Wurden im Betrieb keine alkoholischen Getränke ausgeschenkt, musste neben dem Firmennamen z.B. stehen: alkoholfreies Restaurant, alkoholfreies Café usw., was zur damaligen Zeit in Europa üblich war.

Eine gastgewerbliche Schule im heutigen Sinne gab es nicht. Es gab so genannte Lehrlingsschulen mit Abendunterricht; 2 bis 3 Mal die Woche wurden nur einige fachbezogene Fächer und vereinzelte allgemeine Fächer unterrichtet. Die Lehre für Köche, Konditoren und Kellner dauerte drei Jahre.

Die Schulen wurden überwiegend von Fachverbänden, Mäzenen und zu einem kleineren Teil von Städten und Gemeinden finanziert.



Zu dieser Zeit wurden auf dem Gebiet der heutigen Republik Kroatien mehrere große Hotels gebaut, deren Inhaber hauptsächlich in- oder ausländische Personen waren, und die Inhaber der größeren Objekte waren Aktiengesellschaften. In Zagreb wurde im Jahr 1925 das Hotel Esplanade und 1929 das Hotel Milinov (heute Hotel Dubrovnik) gebaut. Gebaut wurden auch Hotels in Crikvenica, Dubrovnik, Osijek, Varaždin und anderenorts. In den meisten damaligen Hotels waren die leitenden Arbeitsplätze (Direktor, Rezeptionsleiter, Küchenleiter, Speisesaalleiter) von ausländischen Fachleuten besetzt, während einheimische Mitarbeiter hauptsächlich Hilfsarbeiten ausgeübt haben, besonders in touristischen Ortschaften.

Kroatien kam in das Königreich der Slowenen, Kroaten und Serben etwas besser entwickelt als die übrigen Länder, die diesen Staat gebildet haben, was man an ihrer Bebauung, an vorgefundenen Kapital (in Geld und Gold) sehen konnte, und was auch die Anzahl der Hotels und Hotelbetten in Tabelle 1 zeigt. Der Tabelle kann man entnehmen, dass es 1931 im dann Königreich Jugoslawien insgesamt 1.346 Hotels (wahrscheinlich zusammen mit den Gasthöfen und Herbergen) mit 26.014 Betten gab, was zeigt, dass im Durchschnitt ein Hotel 13 Zimmer mit 19 Betten hatte. Davon entfielen auf Kroatien (Banschaft Primorska und Savska) 248 Hotels mit 9.571 Betten.

1938 hielten sich im Königreich Jugoslawien ungefähr eine Million in- und ausländischer Touristen auf, die 5,4 Millionen Übernachtungen machten; Es wurden 7,8 Millionen Dollar Devisenzufluss realisiert, davon entfallen auf ausländische Gäste 30 %.

Es gilt, dass das Netz an gastgewerblichen Einheiten 1939 43.749 überwiegend kleinere Objekte verschiedener Arten zählte, und dass nach dem Krieg, 1945, in einem einwandfreien Zustand rund 4.000 vorgefunden wurden.

***Prüfen Sie Ihr Wissen?***

1. Was ist das Merkmal der Gastfreundlichkeit in der ursprünglichen
2. Gemeinschaft und was im Altertum?
3. Wie ist das kommerzielle Gastgewerbe entstanden?
4. Wie hat sich das Gastgewerbe im Neuen Zeitalter entwickelt?
5. Wie hat sich das Gastgewerbe in Kroatien von 1918 bis 1941 entwickelt?  
Worin bestand der Unterschied zwischen dem Gastgewerbe in Kroatien und anderen Teilen des Königreichs Jugoslawiens?



## 4.2.2. Entwicklung des Gastgewerbes von 1945 bis 1965

### *Administrative Verwaltung des Gastgewerbes*

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs 1945 waren in Kroatien wie auch in den übrigen Teilen des sozialistischen Jugoslawiens die meisten gastgewerblichen Objekte zerstört, beschädigt oder im Hinblick auf deren Bedarf veraltet. Ihre Inhaber waren in- oder ausländische Personen oder Aktiengesellschaften.

Die reparierten und unbeschädigten gastgewerblichen Objekte wurden im Laufe der Jahre 1946 und 1948 nationalisiert bzw. von den damaligen Inhabern zum Nutzen des Staates enteignet, und zwar ohne jeglichen Ersatz oder sogar ohne einen symbolischen Ersatz. Ausnahme waren nur kleine gastgewerbliche Objekte in entfernten Dörfern, die für den Staat unrentabel waren. Viele Familien haben ihren gesamten Lebensunterhalt verloren. Damals haben viele Objekte ihre Bestimmung geändert, sie wurden zu Wohngebäuden, Objekten für die Staatsverwaltung oder militärischen Objekten. Aus den übrigen gastgewerblichen Objekten wurden staatliche gastgewerbliche Unternehmen, die 1948 zu Bezirks-, Stadt- oder Ortsunternehmen umgewandelt wurden, um das lokale Gastgewerbe zu stärken.

Diese Unternehmen wurden von der administrativ-operativen Leitung („AOR“) vom dem Zentrum aus, das als Hauptdirektion bezeichnet wurde und sich beim Komitee für Tourismus und Gastgewerbe der Republik (heutiges Ministerium für Tourismus) in Zagreb befand, geleitet. Auf gleiche Weise wurden auch andere Wirtschaftszweige verwaltet. Auf Grundlage des ersten Fünfjahresplans 1947-1951 plante das Komitee für Tourismus und Gastgewerbe der Republik ein Netz von gastgewerblichen Unternehmen in Kroatien unter Berücksichtigung der damaligen Bedürfnisse und Möglichkeiten.

Der Staat hat über die „AOR“ die Anschaffungspreise für das Reproduktionsmaterial (Lebensmittel, Getränke, Verbrauchsmaterial usw.) und die Verkaufspreise für die gastgewerblichen Dienstleistungen und die Arbeitnehmergehälter festgelegt. Die Folge dessen war eine nicht innovative Betriebsführung ohne Konkurrenz, und das Sortiment an Dienstleistungen und ihre Qualität verarmte. Viele Hotels an der Adria nahmen in der Sommersaison Mitarbeiter und Angestellte aus dem ganzen Land auf und boten ihnen Pensionsdienstleistungen an, die von der Gewerkschaft bezahlt wurden. Zu dieser Zeit wurden die ersten gastgewerblichen Mittelschulen in Dubrovnik, Opatija und Zagreb eröffnet.

Durch das Inkrafttreten des Grundgesetzes für die Verwaltung von staatlichen Wirtschaftsunternehmen von Seiten des Kollektivs 1950 begann die Arbeiterselbstverwaltung, die es den Mitarbeitern in gastgewerblichen und anderen Unternehmen ermöglichte, selbst das Unternehmen zu verwalten, bei dem sie arbeiteten, was sich nach einigen Jahrzehnten als wirtschaftliche und politische Utopie erwies, weil der Staat in wirtschaftlichen und anderen Sphären des Lebens im ständigen und hohen Rückstand im Vergleich zu fortschrittlichen europäischen Ländern stand.

Für das Gastgewerbe war es ein Glück, dass man Mitte der 1950-er Jahre begriff, dass es mit dem Tourismus bestimmte, vergleichbare Vorteile im Hinblick auf die größere Anzahl an anderen Wirtschaftszweigen hat. Diese Vorteile machten sich in Folgendem bemerkbar:

1. dass die in das touristische Gastgewerbe investierten Mittel wieder hereinkommen, bevor sie in andere Wirtschaftszweige investiert werden
2. dass mit den gleichen Mitteln, die in das Gastgewerbe investiert wurden, mehr Arbeitsplätze als z.B. in einigen Industriezweigen eröffnet werden können
3. dass das touristische Gastgewerbe Devisen schafft, die der Staat für die Begleichung der Schulden gegenüber dem Ausland benötigt usw.



Tabelle 2. Darstellung der Unterbringungskapazitäten nach Republiken im ehemaligen Staat (1963)

Republik	Zimmer	Betten
Kroatien	72.646	183.573
Bosnien-Herzegowina	4.182	10.214
Montenegro	9.861	25.218
Mazedonien	3.086	7.647
Slowenien	15.516	39.425
Serbien	15.915	37.115
Summe	121.206	303.192

Aus Tabelle 2 geht hervor, dass Kroatien von der Gesamtzahl 60 % und von den genannten Betten 61 % einnahm.

Der kroatische Auslandstourismus begann sofort nach dem Zweiten Weltkrieg mit Gästen aus Ungarn, der Tschechoslowakei und Ostdeutschland, er dauerte aber nur kurz wegen des Ausbruchs der Resolution des Inform-Büros 1948, als mit diesen Ländern die diplomatischen Verhältnisse abgebrochen wurden.

Anfang der 1950-er unternahm der Staat einige bedeutende Maßnahmen in westeuropäischen Ländern, um den Auslandstourismus anzukurbeln: Man begann touristische Vertretungen zu eröffnen, mehr in die Werbung des Tourismus zu investieren, einige neue Reiseagenturen zu eröffnen (bis dahin existierte nur die Reiseagentur Putnik, die das Monopol im ganzen Land hielt), es begann die Liberalisierung des Passierens der Staatsgrenze für ausländische Gäste usw.

Am Ende des betrachteten Zeitraums, 1965, gab es in Jugoslawien 93.455 Betten in den Hauptunterbringungseinheiten\*, davon 60 % in Kroatien, 15 % in Serbien, 13 % in Slowenien, 5 % in Montenegro, 4 % in Mazedonien, 3 % in Bosnien-Herzegowina.

In der Bebauung mit Hauptunterbringungskapazitäten war Kroatien weit vor den anderen Republiken. Die Gründe dafür sind die folgenden:

1. Die Benutzer touristischen Dienstleistungen suchten überwiegend Hotels an der Küste.
2. Die Regierung der Republik Kroatien hat die Mittel, die für Investitionen bestimmt waren, hauptsächlich auf den Bau touristischer Kapazitäten und nicht auf andere Tätigkeiten, wie es die anderen Republiken gemacht haben, ausgerichtet.
3. Kroatien hatte direkt am Anfang mehr gastgewerblich-touristische Kapazitäten und Facharbeitskräfte.

#### 4.2.3. Entwicklung des Gastgewerbes in Kroatien von 1966 bis 1990

1966 wurde der Gesellschaftliche Entwicklungsplan für das ganze Land erlassen, in dem das touristische Gastgewerbe als einer der Wirtschaftstätigkeiten, die Priorität haben, klassifiziert wurde, deren Ziel es war, mit bedeutenden Investitionen auf eine schnelle Entwicklung des auf ausländische Touristen ausgerichteten Gastgewerbes Einfluss zu nehmen.

Außer, dass den Gastgewerbebetreibern große Kreditmittel zur Verfügung standen, hat der Staat die Investoren auch auf andere Weise über seine Wirtschaftspolitik angeregt:

- durch niedrige Zinssätze auf Kredite
- durch Zahlungsaufschub für Kredite von einigen Jahren nach Beendigung der Investition

\*Zu den grundlegenden oder Hauptunterbringungseinheiten zählen Betten in so genannten festen Objekten, wie z.B. Hotels, Motels, Pensionen, Hotel- und Appartementsiedlungen usw., die aus festen Materialien gebaut sind.



- durch langfristige Kreditrückzahlung
  - durch Gewährung von Zollerleichterungen auf importierte gastgewerbliche Ausstattung usw.
- Die genannten Begünstigungen wurden selektiv gewährt, d.h. nicht alle Begünstigungen für alle. Investoren wurden in Orten, in denen es keine Kanalisation, Wasserleitung, Straßen usw. und keine touristische Kultur gab, günstigere Bedingungen im Unterschied zu Orten, in denen dies schon von früher existierte geboten.

Neben den Begünstigungen, die Banken für Einzelne gewährten, hat der Staat mit seiner Politik das gesamte touristische Gastgewerbe auf die folgende Weise unterstützt:

- durch touristische Werbung in für uns touristisch ausstrahlenden Ländern
- durch Liberalisierung des Passierens der Staatsgrenze
- durch Aufhebung der Visapflicht für viele Länder.

Im Grunde waren diese Investitionen bei uns nur eine Antwort auf die Investitionen in den übrigen europäischen Tourismisländern, wie z.B. Spanien, Italien, Griechenland und Türkei, um nicht vom Tourismusmarkt verdrängt zu werden.

#### 4.2.3.1 Effizient der Investitionen\*

Tabelle 3. Investitionen in Grundmittel

Jahr	Gesellschaftssektor gesamt	Tourismus und Gastgewerbe	% von den Gesamtinvestitionen
1967	5.727.366	583.435	10,19
1968	6.394.929	451.716	7,06
1969	7.727.437	945.515	12,24
1970	10.561.258	1.526.399	14,45
1971	11.881.651	1.562.904	13,15
1972	14.312.875	979.875	6,85
1973	15.636.850	791.629	5,06
1974	21.661.152	839.680	3,88
1975	33.130.339	1.311.085	3,96

Quelle: Zeitschrift „Zbornik radova V/1“, Fakultät für Tourismus und Außenhandel, Dubrovnik, 1987, S. 175

\*Unter Investitionen versteht man die Investition von finanziellen Mitteln in den Bau von Objekten, den Kauf von Ausstattung für die Objekte, die Schulung des Personals usw., mit dem Ziel der Produktionssteigerung, eines größeren Gewinns, qualitativerer Produkte, der Verbesserung der Arbeitsbedingungen usw., sowie den Erhalt kompetenterer Arbeitskräfte.

**Tabelle 4. Unterbringungskapazitäten in Haupt- und Komplementärobjekten\***

<b>Jahr</b>	<b>Hauptunterbringungskapazitäten</b>	<b>Komplementäre Unterbringungskapazitäten</b>	<b>Summe Unterbringungskapazitäten</b>
1967	64.194	287.470	351.664
1968	73.648	301.155	374.803
1969	90.065	325.286	415.351
1970	109.254	343.817	453.071
1971	131.368	379.504	510.872
1972	139.245	394.640	533.885
1973	139.184	415.583	554.767
1974	140.589	428.847	569.436
1975	143.323	472.748	616.071

*Quelle: Zeitschrift „Zbornik radova V/1“, Fakultät für Tourismus und Außenhandel, Dubrovnik, 1987*

Die Effizienz der Investitionen im Hotelwesen kann von verschiedenen Standpunkten aus betrachtet werden. Es ist sehr wichtig, ihre Effizienz durch den Prozentsatz der Ausnutzung der gebauten Betten bzw. durch die Anzahl der realisierten Übernachtungen während eines Geschäftsjahres zu betrachten. Dies sind Indikatoren, die am stärksten vom Geschäftserfolg zeugen (siehe Tabelle 6).

Es kann keine allgemeine Regel ausgesprochen werden, die für alles oder für die Mehrheit der Unterbringungskapazitäten gelten würde, welche Besetzung ein Hotel haben müsste, um rentabel zu sein, d.h. um all seine Kosten abzudecken und den geplanten Gewinn, Verdienst zu realisieren. Und zwar aus dem Grund, weil jedes gastgewerbliche Unterbringungsobjekt ein Fall für sich ist. Jedes Objekt ist mit verschiedenen Arten und Kostenbeträgen belastet. Nach einigen Erfahrungsregeln dürfte die untere Besetzungsgrenze z.B. eines Hotels nicht unter 50 % jährlich liegen, unter der Bedingung, dass der Verkaufspreis zufriedenstellend ist. Die durchschnittliche Besetzung der Betten in unseren Objekten betrug nur rund 40 %, und zwar über einen längeren Zeitraum.

Im Zeitraum von 1976 bis 1980 war die Baudynamik neuer Kapazitäten der gastgewerblich-touristischen Betriebe ziemlich verlangsamt. Der Staat hatte zu diesem Zweck geringe Mittel, so dass auch Kredite ungünstig waren, mit hohen Zinsen und verhältnismäßig kurzen Rückzahlungsfristen. Im gesamten Zeitraum, vom Beginn des Baus neuer Objekte, war das touristische Gastgewerbe nur schwach gewinnbringend, was bedeutet, dass es keine eigenen, bedeutenden Mittel besaß, weil es mit Rückzahlung, Zahlung von Raten (Kredite mit Zinsen) belastet war.

Außerdem waren die vor zehn und mehr Jahren gebauten Objekte in einem solchen Zustand, dass sie modernisiert werden mussten, was das Unternehmen viel Geld gekostet hat. Es ist bekannt, dass das Interieur gastgewerblicher Objekte, das von Gästen genutzt wird, alle 5 bis 10 Jahre erneuert werden muss, unabhängig von der Zahl der genutzten Tage, damit die Gäste sich darin wohl fühlen, weil auch die Konkurrenz es so macht.

„Im Plan war vorgesehen, dass in der Zeit von 1976 bis 1980 der durchschnittliche Jahreswachstumsatz des ausländischen und inländischen touristischen Zuflusses 7 % und des Devisenzuflusses 15 % betragen würde, und dass neue Unterbringungskapazitäten in Höhe von 205.000 Betten (80.000 Betten in Haupt- und 125.000 Betten in komplementären Unterbringungskapazitäten) gebaut werden würden.

*Dr. F. Radišić, Tourismus und Tourismuspolitik, Institut für Förderung des Warenumsatzes, Belgrad, 1986, S. 82 und 83, Daten beziehen sich auf ganz Jugoslawien.*



Allerdings wurden die geplanten Aufgaben und Ziele nicht ganz realisiert, weil die Träger der Entwicklung des Tourismus und die Unterzeichner des Gesellschaftsabkommens über die Realisierung des Plans die übernommenen Pflichten nicht erfüllt haben. Die durchschnittliche Jahreswachstumsrate des Tourismusumsatzes betrug 3,4 %, des inländischen 5,5 % und des Devisenzuflusses vom Tourismus 9,3 % (nach den laufenden Preisen). Anstelle der geplanten 98 Millionen Übernachtungen wurden 1980 88 Millionen Übernachtungen realisiert, davon 37 Millionen Übernachtungen ausländischer und 51 Millionen einheimischer Touristen. Es wurde ein Devisenzufluss in Höhe von 1,2 Milliarden USD realisiert. Jugoslawien verfügte Ende 1980 über insgesamt 1.105.797 Betten, davon in Hauptkapazitäten 278.730 und in komplementären Kapazitäten 834.565 Betten oder 75 %".

Es gilt, dass die Politik des Baus neuer Unterbringungskapazitäten danach streben soll, dass das Verhältnis zwischen den Hauptunterbringungskapazitäten und den komplementären Unterbringungskapazitäten 40 % zu 60 % zu Gunsten der komplementären beträgt.

Die oben genannten Daten in Bezug auf die Entwicklung und Geschäftsführung gastgewerblicher Betriebseinheiten in Jugoslawien bezogen sich im Grunde auch auf das Gastgewerbe in Kroatien, da Kroatien das Zentrum des touristischen Gastgewerbes des ehemaligen Staates war, in das wurde am meisten investiert wurde, und das am meisten Gewinn brachte. Mehr als alle anderen Republiken zusammen.

Aus Tabelle 5 ist der leichte Anstieg der Betriebseinheiten sichtbar, die in der zehnjährigen Entwicklung betrachtet wurden. In diesem Zeitraum ist ihre Zahl um 4.293 gestiegen, das bedeutet durchschnittlich pro Jahr um 429 Betriebseinheiten, und das kann als sehr bescheidenes Ergebnis angesehen werden.

Tabelle 5. Übersicht über die Anzahl der Betriebseinheiten und Mitarbeiter

Jahr	Betriebseinheiten	Tischsitzplätze	Anzahl der Mitarbeiter
1981	10.305	866.947	81.370
1982	10.755	900.227	83.981
1983	11.232	912.594	86.352
1984	11.746	947.899	90.687
1985	12.183	999.682	97.815
1986	12.624	1.053.095	102.137
1987	12.988	1.092.852	105.017
1988	13.211	1.098.086	106.192
1989	13.745	1.122.429	108.026
1990	14.598	1.122.897	98.586

Quelle: Statistisches Jahrbuch 2000, Zagreb, 2001, S. 363.

Gründe für den Rückgang der Investitionen gab es mehrere:

- schlechte Bedingungen für den Erhalt von Krediten, hohe Zinsen, kurze Rückzahlungsfristen
- Unternehmen besaßen in der Regel keine eigenen Mittel
- am Endes des Jahrzehnts sehr hohe Inflationsrate usw.

Die Anzahl der Angestellten im kroatischen Gastgewerbe war 1989 mit 108.026 Mitarbeitern am größten. Aber bereits im nächsten Jahr hat der zukünftige Aggressor eine Stimmung der Unsicherheit geschaffen, was der Grund für den Rückgang der Nachfrage nach gastgewerblichen Dienstleistungen war, so dass sich die Zahl der Mitarbeiter um 9.440 verringert hat. Die niedrigste Mitarbeiterzahl in dieser Tätigkeit fiel 1992 auf eine Zahl von 50.768 ab, was bedeutet, dass der Aggressor gegen Kroatien





57.258 Arbeitsplätze alleine im kroatischen Gastgewerbe zerstört hat. So viele Mitarbeiter verloren ihre Arbeit, und viele mehr auch ihre sichere Existenz. Die Situation mit den Arbeitsplätzen hat sich schrittweise, aber zu langsam verbessert, so dass 1999 im Gastgewerbe 66.778 Arbeitnehmer gearbeitet haben, mit guten Aussichten auf einen weiteren Anstieg.

Tabelle 6. Angaben zu Angebot und Nachfrage im kroatischen Tourismus von 1980 bis 1984  
- Anzahl der Touristen und Übernachtungen in Kuna

Jahr	Anzahl der Mitarbeiter	Anzahl der Betten	Anzahl der Touristen	Anzahl der Übernachtungen
1980	77.118	692.000	7.929	53.600
1981	81.370	728.452	8.333	56.573
1982	83.981	769.422	8.042	54.436
1983	86.352	774.517	8.268	54.632
1984	90.687	800.121	9.146	59.465

Quelle: Zeitschrift „Zbornik radova V/1“, Fakultät für Tourismus und Außenhandel, Dubrovnik, 1987, S. 56.

Aus Tabelle 6 geht hervor, dass im genannten Zeitraum die Anzahl der Mitarbeiter in unserem Gastgewerbe um fast 13.570 gestiegen ist, und dass die Bettenzahl sich um etwas mehr als 108 tausend erweitert hat. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass wieder in die Unterbringungs- und Verpflegungskapazitäten mit dem Ziel der Erweiterung des Dienstleistungsassortiments investiert wird. Zu dieser Zeit betrug die eigenen Mittel der Investoren (Gastgewerbebetreiber) in einigen Projekten bis zu 40 % des Werts der Investition (aber solche Objekte gab es nur wenige).

**Prüfen Sie Ihr Wissen?**

1. Wann wurde das Gastgewerbe administrativ verwaltet?
2. Worin unterschied sich die Entwicklung des kroatischen Gastgewerbes in Kroatien von der der anderen Republiken zwischen 1951 und 1965?
3. Warum ist für die Entwicklung des kroatischen Gastgewerbes die Zeit von 1966 bis 1975 wichtig?
4. Was sind Investitionen und ihre Effizienz?
5. Wie hat sich das Gastgewerbe zwischen 1980 und 1990 entwickelt?
6. Erklären Sie Tabelle 6.



### 4.3 Stand des Gastgewerbes in der Republik Kroatien 1991 – 2000

Die beiliegende Tabelle 7 zeigt am genauesten den Stand des Gastgewerbes, mit dem der neue Staat, die Republik Kroatien, nach dem Heimatkrieg gestartet ist.

Tabelle 7. Übersicht über die Anzahl der Betriebseinheiten, Sitzplätze und Mitarbeiter (1991 – 1999)

Jahr	Betriebseinheiten	Tischsitzplätze	Anzahl der Mitarbeiter
1991	13.506	930.915	66.975
1992	12.889	766.853	50.768
1993	13.545	767.644	51.174
1994	13.154	806.461	53.915
1995	13.725	767.577	51.440
1996	14.305	775.396	54.824
1997	15.106	802.212	65.000
1998	14.338	792.948	65.560
1999	13.825	852.208	66.778

Quelle: Statistisches Jahrbuch 2000, Staatliches Institut für Statistik, Zagreb, 2001

Hinweis: Seit 1994 werden zu den Betriebseinheiten der Unternehmen auch ähnliche Betriebseinheiten von Gewerbebetreibern, ehemaligen privaten Gastgewerbebetreibern, sowie die Sitzplätze und Mitarbeiter gezählt.

Betrachtet man die Tabelle 7, erhält man ein Bild vom Ergebnis des uns aufgezwungenen Verteidigungskriegs. Der Feind hat von 1991 bis 1992 617 Betriebseinheiten, 164.062 Sitzplätze (Plätze in Konsumobjekten) zerstört, und ihre Arbeit haben 16.207 Arbeitnehmer verloren. Dies spricht davon, wie viele Hotels, Restaurants und ähnliche Objekte und Ausstattung verschwunden sind, und wie vielen Familien ihre Existenz bedroht war. Aus den genannten Zahlen ist ersichtlich, dass das Gastgewerbe trotz der genannten Probleme verhältnismäßig vital geblieben ist, und dass es sich schneller erholt als viele andere Wirtschaftszweige. Nach dem Krieg in Kroatien wurde der Bau von einigen kleineren und mittelgroßen Hotels vermerkt.



Tabelle 8. Beschäftigte und Umsatz in gastgewerblichen Unternehmen/Handelsgesellschaften  
- realisierter Umsatz in Kuna

Betriebseinheiten	Anzahl der Beschäftigten		Realisierter Umsatz	
	1998	1999	1998	1999
Summe	43.609	40.849	4.798.017	4.682.363
Hotels	21.457	18.304	2.501.173	2.268.107
Motels	486	487	61.845	54.635
Pensionen	175	196	16.017	18.052
Herbergen	95	164	9.455	12.983
Touristensiedlungen	3.382	3.259	415.398	392.948
Camps	1.866	1.640	352.401	363.142
Bäder und klimatische Kurorte	494	408	25.607	28.910
Alpinhütten	15	17	1.371	1.991
Arbeiterraststätten	125	220	7.413	9.883
Kinder- und Jugendstätten	103	121	11.702	15.395
Klassische Restaurants	3.140	3.319	355.619	376.191
Express-Restaurants und Restaurants mit Selbstbedienung	249	178	33.061	26.377
Milchrestaurants	74	24	8.635	3.989
Restaurants für Gesellschaftsverpflegung	1.118	979	130.297	132.483
Studentenmensen	539	522	149.203	162.652
Cafés	398	433	45.743	45.926
Nachtbars	34	35	1.935	4.504
Snack-Bars	312	281	46.491	37.970
Café-Bars	889	1.365	95.161	146.603
Wirtshäuser	225	258	26.965	29.890
Kneipen	133	75	10.532	10.111
Buffets	1.257	942	144.853	120.885
Bistros	440	392	47.134	38.363
Brauhäuser	171	169	29.588	33.508
Weinkeller	65	75	9.907	12.232
Wurststände	34	45	8.715	14.362
Pizzerien	204	277	44.376	54.944
Konditoreien	259	249	48.661	42.593
Disko-Clubs	66	42	7.539	9.357
Sonstige gastgewerbliche Betriebseinheiten	1.314	1.668	171.220	213.377
Verwaltung und Hilfsdienste	4.490	4.705		

Quelle: Statistisches Jahrbuch 2000, Staatliches Institut für Statistik, Zagreb, 2001, S. 366

Aus Tabelle 8, Spalte „Anzahl der Beschäftigten“, geht hervor, dass es 1998 mehr Beschäftigte im Gastgewerbe als 1999 gab, und zwar 2.760 mehr. Dass das Jahr 1998 ein erfolgreiches touristisches Jahr war, kann man anhand des realisierten Umsatzes schlussfolgern. Hier ist die Feststellung interessant, dass 1999 hauptsächlich die Objekte weniger erfolgreich waren, die Unterbringungskapazitäten haben – Hotels, Touristensiedlungen und Motels, während andere gastgewerbliche 1999 mehr Erfolg hatten als 1989, weil sie einen größeren Umsatz gemacht haben, war nicht auch das Ergebnis von Bemühungen sein muss, sondern vom Anheben der Preise.

**Tabelle 9. Umsatz im Gastgewerbe nach Dienstleistungsarten (Unternehmen) der Handelsgesellschaften (1995 – 1999)**

*- in tausend Kuna*

Tabelle 9 zeigt, in welchem Jahr in welcher Höhe welche Dienstleistungsart verkauft wurde.

Dienstleistungsart	1996	1997	1998	1999
Bier	207.192	221.042	214.896	213.950
Wein	124.857	130.589	127.595	128.595
Schnaps	28.777	25.844	23.379	22.422
Sonstige Spirituosen	97.897	91.047	83.781	83.559
Alkoholfreie Getränke	213.020	242.747	250.887	247.753
Soda-Wasser und Mineralwasser	49.147	52.865	58.557	58.425
Speisen	1.168.110	1.380.444	1.438.580	1.441.062
Warme Getränke	153.730	169.430	177.957	187.255
Tabak und Zündhölzer	56.502	52.879	50.636	47.571
Sonstiger Warenverkehr	20.872	23.774	31.927	27.042
Sonstige Nichtwarenverkehr	186.268	194.048	198.589	185.256
Übernachtungen	1.571.959	2.030.510	2.141.233	2.039.473
Gesamtwert	3.878.331	4.615.219	4.798.017	4.682.363

Auffällig ist, dass der Verbrauch von Schnaps und sonstigen Spirituosen und Tabak fällt und von alkoholfreien und Warmgetränken steigt. Der Verkauf von Speisen ist in den letzten drei Jahren leicht am Steigen, und die Inanspruchnahme von Übernachtungen ist am Stagnieren.

Tabelle 10. Unterbringungsmöglichkeiten und Hotels nach Kategorien (1989 und 1992)

Objektkategorie (Anzahl der Sterne)	Bettenanzahl (1989)	Bettenanzahl (1992)	
*****			
L	3.892	3.053	2,3 %
****			
A		24.539	
***			
B	106.069	101.853	75,9 %
**			
C	4.303	2.849	2,1 %
*			
D	2.205	2.051	1,5 %
Summe	143.332	134.165	100 %

Quelle: Gastgewerbe. Dokumentation, Staatliches Institut für Statistik, Zagreb, 1992, Statistisches Jahrbuch Kroatiens 1992, Institut für Statistik der Republik, Zagreb.



Tabelle 10 zeigt:

- Die Sterne sind die neue und die Buchstaben die alte Ausdrucksweise für die Kategorie des gastgewerblichen Objekts.
- Die Spalte, die das Jahr 1989 zeigt, spricht von den Unterbringungskapazitäten von Hotels verschiedener Objektkategorien vor dem Heimatkrieg.
- Wird die Spalte aus 1992 von der Spalte aus 1989 abgezogen, bekommt man die Summe der im Krieg verlorenen Betten.
- In der ersten Spalte aus 1992 sind die Zahlen dargestellt, die den Prozentsatz der einzelnen Objektkategorie im Verhältnis zum Ganzen (134.165) bzw. die Struktur der Unterbringungsobjekte zeigen.

### 4.3.1 Perspektive und Entwicklungsrichtungen des Gastgewerbes in Kroatien

#### 4.3.1.1. Entwicklungsperspektive des Gastgewerbes

Möchte man in der Perspektive die günstige Entwicklungsrichtung der gastgewerblich-touristischen Tätigkeit erkennen, muss zuvor geprüft werden, mit welchen natürlichen und anderen Ressourcen (Reichtümern) man zu diesem Zweck verfügt, und wer die potentiellen Abnehmer der zukünftigen Dienstleistungen sind.

Vor Beginn der Entwicklung des touristischen Gastgewerbes müssen die vorhandenen Ressourcen geprüft und deren Zweckmäßigkeit im Hinblick auf die folgende Bestimmung eingeschätzt werden:

- a) natürlich-touristische Ressourcen
- b) kulturell-historisches Erbe
- c) adäquates personales Potential
- d) bestehende gastgewerbliche Objekte und deren Dienstleistungssortiment
- e) Entwicklungsniveau der Wirtschaft des Landes
- f) Stabilität der Gesellschaft und der Sicherheit der Touristen
- g) Ökologische Sicherheit des touristischen Gebiets
- h) Qualität der Verkehrsverbindung (Entfernung) mit dem ausstrahlenden Tourismus-Markt
- i) eigenes touristisches Ansehen, Image oder eigene touristische Identität.

**Natürlich-touristische Ressourcen.** Die Republik Kroatien verfügt über eine ganze Reihe verschiedener Naturschönheiten, die bereits in den Tourismus eingeschlossen sind, oder die mehr in den Tourismus eingeschlossen werden müssen. Die bedeutendste ist die Adria, deren Küste in einer Länge von 5.834,9\* km zu Kroatien gehört. Das Meer wird zu den wärmsten Meeren gezählt, dessen Durchsichtigkeit bis zu 56 m in die Tiefe geht. Die Durchschnittstemperatur im Sommer an der Oberfläche beträgt zwischen 22° und 26° C und im Winter zwischen 7° und 16° C, wonach dieses Gebiet ein mildes Klima besitzt.

Neben dem Meer besitzt Kroatien auch andere natürliche Sehenswürdigkeiten, wie z.B. sieben Nationalparks, Naturparks (6), Sonderreservate (70) usw. Von den Parks sind die Plitvicer Seen und der Nord-Velebit am wichtigsten, die auf der Welterbe-Liste der UNESCO stehen. Zu der Gruppe der natürlichen Ressourcen können auch viele Flüsse, kleinere Seen, Wälder und waldreiche Gebirge, Arboretums, botanische Gärten, Höhlen usw. gezählt werden.

Wissenschaftlichen Untersuchungen zufolge können in Kroatien mindestens noch 2 Millionen touristische Unterbringungseinheiten gebaut werden, ohne das natürliche Gleichgewicht zu stören. Bisher wurden nur ein Viertel der möglichen Unterbringungskapazitäten gebaut.

Kulturell-historisches Erbe. Zu dieser Gruppe zählen Sehenswürdigkeiten in Form von historischen Ein-

\*Die Festlandküste hat eine Länge von 1.777 km und die Küste der Inseln, Felsen und Klippen 4.057 km.



heiten wie z.B. Dubrovnik, Poreč, Split, Trogir, Osijek, Zagreb und Varaždin mit zahlreichen Objekten. Dann dürfen wir die vielen archäologischen Fundstätten nicht vergessen. Bis heute sind 15.000 Kulturdenkmäler aus verschiedenen Epochen von der Antike bis zur heutigen Zeit geschützt, und wir sind reich an kulturellen Anstalten, Museen, Galerien, Theatern, die oft ein Grund für Touristen sind, an einen bestimmten Ort oder in ein bestimmtes Gebiet zu kommen.

**Fachliches Potential.** Kroatien hat eine touristische Tradition und eine Tradition des modernen Gastgewerbes, und zwar seit 150 Jahren, so dass es gute gastgewerbliche und touristische Fachkräfte besitzt, die sich in Spitzenhotels im In- und Ausland bewiesen haben.

Heute gibt es in Kroatien einige Zehnter gastgewerblich-touristische Schulen, in denen die grundlegende Mittelschulbildung für verschiedene Berufe erfolgt: Koch, Kellner, Konditor, Hotel- und Tourismus-Techniker und Hotelier, gastgewerbliche Fachrichtung, und die drei- oder vierjährige Ausbildung wird jährlich von ungefähr 4.000 Schülern abgeschlossen. Eine besondere Gruppe sind die Köche oder Konditoren, denen es möglich ist, die Meisterprüfung in ihrem Beruf abzulegen.

Es ist wichtig, zu erwähnen, dass es auch Hochschulen und Universitäten gibt, aus denen das höchste führende Personal für die gastgewerblichen Objekte kommt. Das heißt, es sind alle notwendigen Personalprofile in der gastgewerblichen Wirtschaft umfasst, und es gibt reichlich davon. Die weitere fachliche Qualifikation des personellen Kaders hängt von den Personen selbst ab. Wenn sie Spitzenfachkräfte auf ihrem Gebiet werden und bleiben wollen, müssen sie über die gesamten Berufsjahre hinweg lernen. So verhält es sich auch mit anderen Strukturen.

**Gastgewerbliche Objekte als materielle Grundlage für den Tourismus.** Es ist immer so – wenn es voran geht, muss man wissen, wie es ist und woraus es besteht, oder womit die Entwicklung in Angriff genommen wird: Wie sind die Struktur und die Qualität der gastgewerblichen Objekte, wie viele Objekte gibt es, von welcher Art sind sie, wenn wurden sie gebaut, wurden sie bereits adaptiert, sind sie groß oder klein, welche Kategorie müssen sie haben usw.

Es ist Fakt, dass die meisten unserer Hotels ihrem Sortiment und ihrer Dienstleistungsqualität nach veraltet sind, weil seit Jahren deren Anpassung an die weltweiten Ansprüche nicht verfolgt wird.

Der ökonomische Stand in unserem Gastgewerbe war schon vor dem Krieg schwach, danach kam der Krieg, und unsere gastgewerblichen Objekte sind in den meisten Fällen noch mehr mit ihrer technologischen und technischen Ausstattung ihrer Computerausstattung, der Telekommunikation, der ästhetischen Einrichtung und dem Dienstleistungssortiment hinter gleichwertigen Objekten in unseren Konkurrenzländern (Spanien, Italien, Frankreich, Griechenland) zurückgeblieben. Dieses Zurückbleiben kann in der Zukunft sehr gefährlich sein, weshalb große zusätzliche Mittel in die moderne Ausstattung der Objekte investiert werden müssen.

Das Verhältnis von Haupt- und Komplementärunterbringungskapazitäten ist heute ungefähr 25:75 zu Gunsten der komplementären, und es gilt, dass es 40:60 betragen müsste, da es mehr qualitativ gute Unterbringungseinheiten geben müsste, in denen der Verbrauch je Gast viel höher ist. Das bedeutet, dass auf die bestehende Anzahl von Komplementärbetten noch 74.636 Hauptbetten gebaut werden müssen.

Beim Bau der neuen Kapazitäten müssen Familienhotels, Pensionen usw. Vorrang haben, weil in ihnen leichter eine intimere Atmosphäre geschaffen werden kann als in großen Hotels. Außerdem werden solche Objekte leichter an den veränderten Markt angepasst, was die Praxis in anderen Ländern gezeigt hat.

Der Zeitimperativ ist das, dass sich der Übernachtungsdurchschnitt in unseren Saisonobjekten wesentlich erhöht, weil es ohne dies kein rentables Geschäft gibt.

Das Dienstleistungssortiment muss doppelt verbessert werden: durch Einführung verschiedener Freizeit- und Unterhaltungsaktivitäten, sowie Einführung von ökologisch gesundem Essen.



**Entwicklungsniveau der Wirtschaft im Land.** Für die Entwicklung des Tourismus ist es wichtig, dass das Niveau der gesamten Wirtschaft im Land möglichst hoch ist, was besonders für den Handel und Umsatz gilt, aber auch für jede andere Wirtschaft und jeden anderen Dienstleistungssektor. Für das Gastgewerbe ist es sehr wichtig, dass die Nahrungsmittelindustrie auf dem Niveau der übrigen, fortgeschrittenen touristischen Länder ist, denn ohne eine entwickelte Nahrungsmittelindustrie, insbesondere ohne die Produktion von ökologisch gesunden Lebensmitteln werden wir es mit der Konkurrenz nur schwer aufnehmen können. Und in diesem Segment können wir sie sehr schnell einholen.

**Stabilität der Gesellschaft und Sicherheit der Touristen.** Eine stabile demokratische Gesellschaft ohne innere gesellschaftliche Unruhen, ist die Grundlage für das Kommen der Touristen oder die gute Stimmung und Zufriedenheit derselben, für ihre Bereitschaft, Spaß zu haben und Geld auszugeben. In der Demokratie sind alle Freiheiten gemäß der Moral und den Gepflogenheiten zugelassen, die niemanden verletzen und niemandem Schaden zufügen.

**Ökologische Sicherheit des touristischen Gebiets.\*** Die ökologische Sicherheit für den Menschen und seine Umgebung wird den potentiellen Touristen anregen, einen Ort oder eine Gegend zu besuchen. Das bedeutet, dass sie das Fundament dafür ist, dass der Tourist kommt und sich in einem Ort, Hotel aufhält, d.h. die ökologische Sicherheit bzw. Erkenntnis, dass der Ort oder das weitere Gebiet in keiner Weise verschmutzt ist, und dass ihre Gesundheit nicht gefährdet ist. Die ökologische Sicherheit spricht auch davon, dass der Aufenthaltsort (touristische Ort) schön eingerichtet und sauber ist, frei von Müll auf Straßen, ohne Nagetiere oder Stigmücken, ohne Infektionen oder Epidemien. In der Nähe eines touristischen Orts sollte es keine Fabrikschornsteine, Abfalldeponien, gesundheitsschädliche Industrie usw. geben.

**Verkehrsverbindung mit dem ausströmenden touristischen Markt.** Wenn ein gastgewerbliches Objekt gebaut wird, wenn eine Speise- oder Getränkekarte zusammengestellt wird, dann muss an den Gast gedacht werden (an seine Bedürfnisse, Wünsche und finanziellen Möglichkeiten). Man muss daran denken, ob es genug solcher Gäste geben wird, die an unseren Dienstleistungen interessiert sein werden, um die Geschäftskosten decken und den geplanten Verdienst realisieren zu können. Vielleicht gibt es im eigentlichen Aufenthaltsort genug potentielle Gäste, die ein erfolgreiches Geschäft gewährleisten werden. Aber wenn auf den ausländischen, ausströmenden Markt gerechnet wird, dann muss man wissen, wie weit dieser von uns entfernt ist, mit welchem Transportmittel der Gast zu uns kommen wird, wie viel Geld und Zeit dies kostet. Ist das Objekt weit von den Gästen, mit denen wir rechnen, dann könnte das Geschäft misslingen.

Wir haben das Glück, dass in unserer Nachbarschaft ein reicher, ausstrahlender Markt ist, wie z.B. Italien, Österreich, Deutschland und andere Länder. Dennoch müssen wir uns bemühen, ihre touristischen Bedürfnisse, Wünsche und Möglichkeiten so gut wie möglich kennenzulernen.

Eigenes touristisches Ansehen, Image. Neben den eigenen Vorteilen, von denen wir gerade gesprochen haben, müssten touristische Länder wie unseres auch ein eigenes touristisches Ansehen, Image, haben und pflegen, nach welchem wir uns von anderen touristischen Ländern unterscheiden. Dies kann eine Reihe verschiedener Dinge sein, wie z.B.: Freundlichkeit und Entgegenkommen der Bevölkerung, gastgewerbliche Objekte im örtlichen, regionalen oder nationalen Stil eingerichtet, nationale Architektur, gastfreundliche Gepflogenheiten der Bevölkerung, nationale Folklore, gastronomisches Angebot und damit zusammenhängende Gewohnheiten, Originalsouvenirs Kultur des Empfangs der Gäste – womit einige unserer touristischen Konkurrenzländer prahlen können.

Jedes gastgewerbliche Objekt müsste eine eigene Identität, ein eigenes Ansehen haben, damit die Gäste es in Erinnerung behalten, sei es in Form eines interessanten Gebäudes, in Form von interessanter Umgebung, eines interessanten Sortiments und qualitativ guter Dienstleistungen, in Form eines interessanten Ambientes, interessanter Ausstattung, Freundlichkeit und in Form eines höflichen Verhaltens des Gastgewerbeinhabers usw.

\*Die Ökologie ist eine wissenschaftliche Disziplin, die den Einfluss der Umgebung des Menschen auf seine Gesundheit und allgemein auf das Leben, aber auch den Einfluss des Menschen auf die ihn umgebende Natur untersucht.



Ziel solcher Bemühungen ist es, ein eigenes Ansehen zu schaffen, der Wunsch, dass die Gäste dies alles sehen, sich daran erinnern, ihren Aufenthalt bei uns verlängern, sich wegen etwas Schönerem im Laufe des Jahres an uns erinnern. Für viele Gäste ist genau dieses Gefühl entscheidend, wenn sie sich im nächsten Jahr für ihren Urlaubsort entscheiden.

Damit die definierten Richtungen für die Entwicklung des touristischen Gastgewerbes auch realisiert werden können, muss der Staat unbedingt finanziell und mit anderen Begünstigungen innerhalb der Grenzen der Bedürfnisse helfen – vom Erhalt der Baugenehmigung, der Einrichtung der Infrastruktur, der Gewährung günstiger Kredite für den Bau neuer Hotels und anderer gastgewerblicher Objekte bis hin zur Finanzierung der Werbung der eigenen touristischen Destinationen auf staatlicher Ebene.

*Unsere Vorteile sind:* sauberes und warmes Mittelmeer, schöne und unverschmutzte Natur, freundliche und entgegenkommende Bevölkerung, Sportaktivitäten, Freizeit, kompetentes gastgewerbliches Potential.

**Unsere Nachteile sind:** schwache Auswahl an Angeboten, einigermaßen schlechte Straßen, einfältiges gastronomisches Angebot, schlecht organisiertes Unterhaltungsleben, Preise etwas höher als der Wert der Dienstleistungen usw.

Tendenz der Entwicklung des Gastgewerbes bei uns:

Die Tendenz der weiteren Entwicklung des Gastgewerbes auf inländischer Grundlage wird von Folgendem abhängen:

- von der Entwicklung des Lebensstandards in Kroatien
- von der Menge und Qualität der Investitionen in das Gastgewerbe
- von der Initiative der Initiative der gastgewerblichen Betriebsobjekte
- von der Qualität der Arbeitskraft im Gastgewerbe
- von der Qualität und dem Sortiment der Dienstleistungen, die das Gastgewerbe anbietet
- von der Anhebung des Bildungsniveaus – bessere Bildung gleich größere Neugierde der Bevölkerung
- von der Erhöhung der Freizeit der Bevölkerung
- von der Verlängerung des Lebensalters der Bevölkerung
- vom Anstieg der Bevölkerungszahl.

Die Tendenz der weiteren Entwicklung des Gastgewerbes auf ausländischer Grundlage wird von Folgendem abhängen:

- von der Entwicklung des Lebensstandards in den für uns ausstrahlenden touristischen Ländern
- vom gegenseitigen politischen Verhältnis zwischen uns und den ausstrahlenden touristischen Ländern
- von den ökonomischen und politischen Gegebenheiten in der Welt
- von der Preispolitik des Gastgewerbes in der Welt
- von den Wetterbedingungen usw.

Daran erkennt man, dass Kroatien über alle Faktoren verfügt, die für die Entwicklung des touristischen Gastgewerbes notwendig sind. Vergleichbare Vorteile gegenüber anderen Ländern gibt es viele, und sie sind bedeutend. Es sind alle Möglichkeiten gegeben, dass Kroatien ein erfolgreiches gastgewerblich-touristisches Land sein kann, wofür nur Arbeit, Lernbereitschaft und Wissen erforderlich sind.





### 4.3.1.2 Entwicklungsrichtungen des Gastgewerbes

Es ist nachgewiesen, dass Kroatien außerordentliche natürliche und kulturell-historische Reichtümer besitzt, die für die Entwicklung des in- und ausländischen Tourismus, aber auch für die wichtigen Bedürfnisse für die Entwicklung dieser Tätigkeit geeignet sind, die eine Grundlage für die Entwicklung des ganzen Landes bzw. des Gastgewerbes, Handels, der touristischen Vermittlung, des Verkehrs, der Landwirtschaft sein müsste.

Durch die Schaffung des kroatischen Staates sind die demokratischen Voraussetzungen für die freie ökonomische Initiative und Gestaltung entstanden. Geschaffen wurde die Möglichkeit der Konzipierung des individuellen Unternehmertums nach den eigenen Wünschen und Möglichkeiten, auf eigenes Risiko und eigene Verantwortung.

Obwohl wir eines der Länder sind, die die Tätigkeit des modernen Hotelwesens bereits vor fast 120 Jahren\* begonnen hat, was bedeutet, dass wir eine lange Tradition darin haben, sind wir mit der Modernisierung der gastgewerblichen Objekte im großen Rückstand hinter den führenden touristisch-gastgewerblichen Ländern.

Der Staat ist verpflichtet, durch Vermittlung seine Entwicklungs- und Wirtschaftspolitik eine schnelle Entwicklung des individuellen Unternehmertums mit möglichst wenigen Schwierigkeiten zu ermöglichen – durch Einrichtung der Infrastruktur: Bau von Autobahnen, Flughäfen auf den Inseln, Bootsanlegestellen, modernere Eisenbahn usw., Erhaltung eines freundschaftlichen Verhältnisses mit den für uns ausströmenden touristischen Ländern, Investitionen in die Werbung Kroatiens und seiner Touristendestinationen usw.

Dem kroatischen Tourismus und dem touristischen Produkt muss auf internationalem Niveau mehr von dem geboten werden, was ihm das nationale Siegel verleiht, weil im ehemaligen Staat das kroatische Produkt nur selten erwähnt wurde, es war unterdrückt und als jugoslawisches Produkt dargestellt.

Während des Heimatkrieges wurden direkt oder indirekt viele gastgewerbliche Objekte zerstört, entremdet, beschädigt, umgenutzt (für die Unterbringung von Flüchtlingen). Dies ist ein Grund dafür, dass wir noch mehr hinter der Konkurrenz als noch vor dem Krieg zurückbleiben, und das auf einigen Gebieten:

- Instandhaltung vieler gastgewerblicher Objekte in einem nutzbaren Zustand
- Modernisierung der gastgewerblichen Objekte durch Einführung von Informations- und Kommunikationstechnologien (Internet usw.)
- Qualifizierung des gastgewerblichen Personals
- Schaffung eines neuen Sortiments an gastgewerblichen Objekten usw.

Bis zum Beginn des Heimatkrieges 1991 war Kroatien ein mittel entwickeltes touristisches Land, aber aus diesen Gründen und wegen der Unsicherheit der Touristen in den ersten Nachkriegsjahren begann die Wiederbelebung des Tourismus erst nach 1998.

Durch das Inkrafttreten der verabschiedeten Verordnung über die Klassifizierung, die Mindestanforderungen und die Kategorisierung der gastgewerblichen Objekte wurde den Unternehmern eine Frist von drei Jahren gewährt, um ihre Objekte für die neue Kategorisierung vorzubereiten, die auf anspruchsvolleren Elementen als die frühere Kategorisierung beruht, und deren allgemeines Ziel die Verbesserung der Dienstleistungen unseres Gastgewerbes auf ein höheres Niveau ist, ein Niveau, das unsere Konkurrenzländer, wie z.B. Italien, Frankreich, Spanien, Griechenland, Portugal und die Türkei, haben.

\*Das Hotel Kvarner in Opatija wurde 1884 gebaut und gilt als unser erstes modernes Hotel.



Die Größe der gastgewerblich-touristischen Übernachtungsobjekte wurde aus dem Sozialismus vererbt, sie beträgt durchschnittlich 272 Betten, während in dieser Zeit z.B. in Spanien Objekte gebaut wurden, deren durchschnittliche Kapazität 178 Betten, in Italien 50 Betten und in Österreich 35 Betten betrug.

Daraus kann geschlussfolgert werden, dass in Italien und Österreich überwiegend so genannte Familienhotels und Pensionen gebaut wurden, die von einer Familie geführt wurden.

**Familienhotels und Pensionen.** Die Praxis hat gezeigt, dass eine Familie in kleineren Hotels und Pensionen sehr erfolgreich das Geschäft organisieren kann. Eine Person kann während der gleichen Arbeitszeit erfolgreich sogar einige Arbeiten erledigen, die eine aus der anderen folgen.

*Erstes Beispiel.* Nach der Organisation der Arbeit im Objekt kann der Objektinhaber eine Reihe von Arbeiten erledigen, je nach seiner Ausbildung (die Inhaber solcher Objekte sind meistens ausgebildete Gastgewerbebetreiber), mit dem Küchenleiter die Speisekarte und das Menü für den laufenden oder folgenden Tag zusammenstellen, er kann ankommende oder abreisende Gäste begrüßen oder verabschieden, die notwendigen Lebensmittel, Getränke, das Verbrauchsmaterial usw. besorgen, vor jeder Mahlzeit prüfen, ob alle Vorbereitungsarbeiten in der Küche, im Speisesaal, an der Rezeption erledigt sind, mit den Gästen reden usw.

*Zweites Beispiel.* Dieselbe Person kann für die Gäste das Frühstück vorbereiten, es servieren, alles aufräumen. Danach kann sie bei der Zubereitung der Speisen in der Küche helfen, die Gäste zum Mittagessen bewirten und gleichzeitig die Arbeit am Getränkeausschank machen. Solche Kombinationen kann es in einem Objekt mehrere geben. Die genannten Beispiele sprechen davon, dass die Mitglieder des Familienteams „vielseitig“ sein müssen und jede Aufgabe meistern müssen, der sie gewachsen sind, wobei ihnen auch jüngere Familienmitglieder im Mittelschulalter helfen können, die noch keinen Berufsabschluss haben.

Eine der neuen Ausrichtungen des kroatischen Hotelwesens muss das Familienhotelwesen sein, das Wärme und eine angenehme Atmosphäre ausstrahlt, in der die Gäste mit dem Nachnamen und nicht mit der Zimmernummer im genutzten Objekt angesprochen werden.

**Dauer der touristischen Saison.** Mit der Länge der touristischen Saison können wir keinesfalls zufrieden sein. Für die meisten Unterbringungskapazitäten dauert die touristische Saison nur etwas länger als der Kalendersommer, was zu wenig Zeit ist, um so viel zu verdienen, dass sie die ganzjährigen Festkosten\*, die Lieferanten der verschiedenen Güter begleichen, das Objekt instand halten, die Verbindlichkeiten gegenüber den Mitarbeitern usw. bezahlen und noch etwas verdienen können. Wenn es uns gelingen würde, die touristische Saison mit vollen gastgewerblichen Objekten um nur einen Tag im Jahr in den nächsten zehn Jahren zu verlängern, wäre dies ein großer Erfolg für das kroatische Gastgewerbe, und das ist nicht unmöglich.

**Länge des durchschnittlichen Aufenthalts der Touristen.** In unseren Unterbringungseinheiten beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen ungefähr 5 Tage, womit wir ebenfalls nicht zufrieden sein dürfen. Viel nützlicher ist es, die Gäste so lange wie möglich im Objekt zu haben. Eine einmal geschaffene optimale Organisation ist von längerer Dauer, als wenn die Gäste sich häufig ändern. Die Änderung der Gäste ist gleichzeitig auch die Änderung ihrer Wünsche, Gewohnheiten und Bedürfnisse. Gäste aus Deutschland, Frankreich, Italien, Skandinavien usw. haben nicht die gleichen Ansprüche, was den Mitarbeitern auch bestimmte Anstrengungen abverlangt, weil sie wissen müssen, was den Gästen am meisten passt.

\*Die Festkosten oder die ständigen Kosten, die nicht z.B. von der Anzahl der Gäste im Objekt oder vom realisierten Umsatz im Objekt abhängen, sind im Voraus festgelegt. Das kann ein Kredit sein, die Gehaltszahlung an Arbeitnehmer, die Instandhaltung des Objekts usw. Je mehr Dienstleistungen im Objekt pro Jahr angeboten werden, desto geringer werden die Kosten je Dienstleistung sein.



**Nutzbarkeit der Hotelbetten im Laufe des Jahres.** Mit der bisherigen Nutzbarkeit der Unterbringungskapazitäten bzw. der Anzahl der realisierten Übernachtungen bei uns können wir nicht zufrieden sein. Den statistischen Daten zufolge betrug in der Vergangenheit in besseren Jahren die durchschnittliche Ausnutzung der Zimmer bzw. der realisierten Übernachtungen im Hotelwesen 50 %, was im Hinblick auf unsere klimatischen und sonstigen Bedingungen wirklich wenig ist.

Die Anzahl der realisierten Übernachtungen in einem Objekt sind häufig ein Indikator für den Geschäftserfolg dieses Objekts. Eine ideale Geschäftsführung erfordert die Besetzung und Nutzbarkeit der Zimmer zu 100 %, was sehr schwer zu erzielen ist. Es gilt, dass eine Zimmerbesetzung von rund 50 % an der Grenze Rande der Geschäftsrentabilität ist.

Wenn auf der einen Seite die Länge der touristischen Saison, die Ausnutzung der Hotelbetten im Laufe des Jahres, die Länge des durchschnittlichen Aufenthalts der Touristen, die geringe Nutzung der übrigen Dienstleistungen außer den existentiellen und auf der anderen Seite die natürlichen Bedingungen, die kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten, die kompetenten Arbeitskräfte berücksichtigt werden, kann man nur zu einer Schlussfolgerung kommen, nämlich dass wir unseren Gästen nicht in ausreichendem Maß das bieten, was sie im Hinblick auf das Sortiment, die Qualität und Preise brauchen oder sich wünschen.

Offensichtlich haben wir unsere Objekte und die genannten Dienstleistungselemente nicht an die Gäste angepasst, die wir eingeladen haben, oder die zu uns gekommen sind, um ihren Urlaub bei uns zu verbringen. Das heißt, wenn wir Erfolg und beidseitige Zufriedenheit wünschen – die der Gäste und der Gastgewerbebetreiber – dann müssen wir etwas ändern. Die Gastgewerbebetreiber müssen etwas an ihren Dienstleistungen ändern: das Sortiment, die Qualität und den Preis, oder ausreichend Gäste suchen und finden, die mit den angebotenen Dienstleistungen zufrieden sind.

Wünschen wir uns Gäste, mit denen unsere Konkurrenzländer im Tourismus zufrieden sind, dann müssen wir die Dienstleistungen, die wir den Gästen bieten, ändern und ein besseres oder zumindest befriedigendes Sortiment und Qualität zu Preisen, die auch unsere Konkurrenz anbietet, anbieten.

Es ist offensichtlich, dass mit einer touristischen Saison, die etwas länger als der Sommer selbst dauert, mit einer durchschnittlichen Ausnutzung der Hotelunterkünfte von 50 %, mit Gästen, die sich alle paar Tage ändern, und die 80 % ihres Urlaubsgeldes für Unterkunft und Essen verbrauchen – keine Zukunft in Sicht ist.

Aus dem Genannten kann geschlussfolgert werden, dass bei uns der Imperativ eines guten Geschäfts die Verlängerung der touristischen Saison mit der Bemühung ist, dass das Hotelwesen die Dauer der Saison verdoppelt, weil erst dann mit geringeren und konkurrenzfähigeren Preisen eine erfolgreiche Geschäftsführung möglich ist.

Die Entwicklungsrichtungen des Gastgewerbes müssen mit den schwankenden Wünschen und Bedürfnissen der Touristen mit der Kaufkraft übereinstimmen, für die sich der Inhaber des einzelnen gastgewerblichen Objekts entscheidet. Dies wird ohne Zweifel die Anhebung der Qualität des gesamten Sortiments innerhalb der Grenzen der finanziellen Möglichkeiten der potentiellen Gäste sein.

#### **4.4. Umwandlung vom gesellschaftlichen in privates Eigentum**

Durch Einstellung der sozialistischen Gesellschaftsordnung wurde am 15. Juni 1991 die selbständige, unabhängige Republik Kroatien erklärt. Durch Auflösung der staatsrechtlichen Verbindung mit den ehemaligen Republiken und Regionen im sozialistischen Jugoslawien endete in der Republik Kroatien die so genannte sozialistische Gesellschaftsordnung.

Durch das Inkrafttreten des Gesetzes über Unternehmen 1991 musste sich die sozialistische Organisationsart der Wirtschaft und Geschäftsführung (grundlegende, Arbeits- und komplexe Organisationen



der vereinten Arbeit) an die Bedingungen der modernen Marktwirtschaft, der Handelsgesellschaften (Unternehmen), die auf privatem Eigentum basieren, anpassen. Dieses Gesetz schaffte die Grundlagen und den Zeitrahmen für den Prozess der Umwandlung (Transformierung) der gesellschaftlichen Unternehmen (des gesellschaftlichen Eigentums) in private Unternehmen (Privateigentum), in Handelsgesellschaften. Dies bezieht sich nicht auf private gastgewerbliche Betriebe.

Auf Grundlage von Artikel 89 der Verfassung der Republik Kroatien wurde am 23. November 1993 das Gesetz über Handelsgesellschaften erlassen, wobei es erst am 1. Januar 1995 in Kraft getreten ist. Nach diesem Gesetz mussten alle gastgewerblichen Unternehmen und Unternehmen aus anderen Tätigkeiten in gesellschaftlichem Besitz, da sie keinen bestimmten rechtlichen Eigentümer hatten (Titulareigentümer), in das Eigentum der Republik Kroatien verlegt werden, die sie bestimmten juristischen Personen (Privatisierungsfonds, Banken usw.) anvertraut hat, um sie bestmöglich im Interesse des Staates zu verkaufen. Dadurch sollten die Unternehmen ihren Eigentümer (Titulareigentümer) bekommen, der sie nach dem Prinzip eines „guten Wirtschafters“ verwalten sollte.

Die Umwandlung begann durch Entstehung des neuen kroatischen Staates und dauert so lange bis alle Unternehmen, die gesellschaftliches Eigentum waren, verkauft oder zu privaten Unternehmen umgewandelt sind. Die finanziellen Auswirkungen, die vom Verkauf der gesellschaftlichen Unternehmen erwartet wurden, sind in vielen Fällen ausgeblieben, wofür es mehrere triftige Gründe gibt, wie z.B.:

- die Folgen des uns auferlegten Heimatkrieges – zerstörte oder beschädigte gastgewerbliche Objekte, Unterbringung von Flüchtlingen in vielen Hotels, schlechte touristische Saisons wegen der Nähe der Front
- gering umgesetzte Privatisierung bei vielen Unternehmen mit der Folge, dass sich sehr reiche Einzelpersonen (Magnaten) herauskristallisiert haben usw.

Dank des Gesetzes über Handelsgesellschaften haben die Inhaber der gastgewerblichen Objekte die entstandenen Veränderungen auf politischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Ebene angenommen und sich in vier Hauptformen von Handelsgesellschaften organisiert:

- öffentliche Handelsgesellschaft (Unternehmen)
- Kommanditgesellschaft (Unternehmen)
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Unternehmen)
- Aktiengesellschaft (Unternehmen).

Nach der Umwandlung sind die Unternehmen aus dem gesellschaftlichen Eigentum das Eigentum einer bekannten Person geworden, wodurch die Möglichkeit geschaffen wurde, dass diese Unternehmen in Handelsgesellschaften mit Privateigentum umgewandelt werden, die von ihren Inhabern oder von den durch die Inhaber gewählten Leiter (Manager) im Interesse der Inhaber verwaltet werden.

Die Geschäftseinheiten im Gastgewerbe konnten sich als Handelsgesellschaften (Unternehmen) oder als Gewerbebetriebe organisieren.

Laut dem Gesetz über Handelsgesellschaften ist:

- eine **Handelsgesellschaft** eine juristische Person, deren Gründung und Organisation durch dieses Gesetz geregelt sind. Die Handelsgesellschaft kann für die Ausübung einer Wirtschaftstätigkeit oder irgendeiner anderen Tätigkeit gegründet werden.
- ein **Händler** eine juristische oder natürliche Person, die selbständig, dauerhaft eine wirtschaftliche Tätigkeit zur Realisierung von Gewinn durch Produktion, Warenumsatz, oder Dienstleistungen auf dem Markt ausübt.
- ein **Handelsindividuum** eine natürliche Person, die selbständig eine wirtschaftliche Tätigkeit gemäß den Gewerbevorschriften ausübt und im Handelsregister als Handelsindividuum eingetragen ist.



***Prüfen Sie Ihr Wissen?***

1. Beschreiben Sie die Dynamik der Entwicklung des Gastgewerbes zwischen 191 und 2000.
2. Erläutern Sie Tabelle 8.
3. Wie schwankte die Zahl der Beschäftigten nach Arten von Geschäftseinheiten?
4. In welchen Prozentsätzen befand sich welche Hotelkategorie 1992?
5. Welche Folgen hatte der Heimatkrieg auf das Gastgewerbe an der Adria?
6. Auf welchen Faktoren basiert die Entwicklung des touristischen Gastgewerbes in Kroatien?
- 7.
8. Welches sollten die Entwicklungsrichtungen des kroatischen Gastgewerbes sein?
9. Warum ist das Gesetz über Handelsgesellschaften aus dem Jahr 1993 wichtig?  
Erklären Sie das Verfahren der Umwandlung von gesellschaftlichem Eigentum in privates Eigentum wirtschaftlicher Subjekte.
10. Welche Bedeutung hat der Begriff Handelsgesellschaft?  
Kommentieren Sie Tabelle 10.



## Literatueverzeichnis für deutsche Auflage

1. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, Dudenverlag, Mannheim, 2011.
2. Duden, Der kleine Duden, Fremdwörter, Mannheim, 2004.
3. Duden, Wörterbuch der Abkürzungen, Band 11, Dudenverlag, 1990.
4. Wahrig G., Deutsches Wörterbuch, Bertelsmann Lexikonverlag, 1995.
5. Hurm, A., Uroić, M., Njemačko – hrvatski rječnik, Školska knjiga, Zagreb, 2004.
6. Čičin-Šain Buljan M., Kosanović J., Štampalija A., Poslovni njemački 1, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009.
7. Čičin-Šain Buljan M., Kosanović J., Štampalija A., Poslovni njemački 2, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009.
8. [https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sozialoekonomie/bwl/bassen/Lehre/ABWL/10\\_Organisation\\_.pdf](https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sozialoekonomie/bwl/bassen/Lehre/ABWL/10_Organisation_.pdf) (06. 02. 2018.)
9. [http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Marketing\\_in\\_der\\_Hotellerie.pdf](http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Marketing_in_der_Hotellerie.pdf) (11. 02. 2016.)
10. <http://www.hotelier.de/hotellerie/hotelgewerbe/37370-beherbergungsbetriebe-arten> (10. 03. 2019.)
11. [http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Grundlagen\\_der\\_Tourismuslehre\\_Gesamt.pdf](http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Grundlagen_der_Tourismuslehre_Gesamt.pdf) (15. 03. 2019.)
12. [http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung\\_in\\_die\\_Tourismuswirtschaft.pdf](http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf) (25. 03. 2019.)
13. <http://www.klassifizierung.de/betriebsarten.html> (26.03.2019.)
14. <http://www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/betriebsarten/> (01.04.2020.)
15. <http://www.gfl-journal.de/3-2011/Reuter.pdf> (02.04. 2020.)
16. [https://www.planet-wissen.de/kultur/brauchtum/traditionslokale\\_rendezvous\\_mit\\_der\\_geschichte/pwiegasthaeuservomerstennachtlagerbiszureckkneipe100.html](https://www.planet-wissen.de/kultur/brauchtum/traditionslokale_rendezvous_mit_der_geschichte/pwiegasthaeuservomerstennachtlagerbiszureckkneipe100.html) (15.04.2020.)
17. <https://www.hotelcareer.de/blog/geschichte-der-hotellerie/> (20.04.2020.)
18. [http://www.wirtschaftsgeografie.com/Tourismus/Entwicklung\\_Tourismus/body\\_entwicklung\\_tourismus.html](http://www.wirtschaftsgeografie.com/Tourismus/Entwicklung_Tourismus/body_entwicklung_tourismus.html) (21.04.2020.)
19. <https://www.croatie-location.fr/de/informationen-zu-kroatien/kurzbersicht-ber-den-tourismus-in-kroatien/76.html> (10.05.2020.)
20. [https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/tourismus/geschichte\\_des\\_reisens/index.html](https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/tourismus/geschichte_des_reisens/index.html) (12.05.2020.)