

Desislava Manavska

**Chancen und Perspektiven für die
Entwicklung des Kulturtourismus in
Bulgarien auf dem deutschen Reisemarkt
in der Stadt Plovdiv**

Magisterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783668667815

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/196812>

Desislava Manavska

**Chancen und Perspektiven für die Entwicklung des
Kulturtourismus in Bulgarien auf dem deutschen Reise-
markt in der Stadt Plovdiv**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**Leuphana Universität Lüneburg
Angewandte Kulturwissenschaften**

Magisterarbeit

**Chancen und Perspektiven für die Entwicklung des Kultur-
tourismus in Bulgarien auf dem deutschen Reisemarkt
– am Beispiel der Stadt Plovdiv**

vorgelegt von: Desislava Manavska

Studiengebiet: Kulturgeographie
Semester: 14

Abgabetermin: 03.02.2012

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Hinleitung zum Thema	1
1.2 Ziele der Arbeit	2
1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit.....	2
2 Begriffliche Festlegungen, Darlegung des Forschungsstands und das System Kulturtourismus	4
2.1 Definition wesentlicher Begriffe.....	4
2.1.1 Bestimmung des Begriffs Tourismus	4
2.1.2 Aufklärung über die Verwendung des Terminus Kultur.....	5
2.1.3 Kulturtourismus und Erscheinungsformen im Kulturtourismus	6
2.1.3.1 Kulturtourismus	6
2.1.3.2 Erscheinungsformen im Kulturtourismus.....	8
2.2 Darlegung des Forschungsstandes	9
2.3 System des Kulturtourismus	11
3 Präsentation der Merkmale des deutschen Reisemarkts mit besonderem Fokus auf die Nachfrageseite und den Kulturtourismus	15
3.1 Touristische Entwicklung in Deutschland	15
3.2 Charakter der Tourismusnachfrage und Abgrenzung der Nachfrage nach Kulturtourismus der deutschen Urlauber	20
3.2.1 Reisemotive der deutschen Urlauber.....	20
3.2.2 Urlaubsformen.....	21
3.2.3 Aktivitäten während des Urlaubs	22
3.3 Trends auf der Nachfrageseite	24

4	Charakteristiken der kulturtouristischen Nachfrage	26
4.1	Kulturtouristische Nachfrage	26
4.1.1	Zielgruppenanalyse	26
4.1.2	Merkmale von Kulturtouristen.....	27
4.2	Anforderungen an das Angebot aus Sicht der Nachfrager	28
4.3	Vor- und Nachteile des Kulturtourismus.....	31
5	Reiseland Bulgarien.....	33
5.1	Beschreibung wesentlicher Merkmale Bulgariens	33
5.2	Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Bulgarien	36
5.3	Internationaler Tourismus in Bulgarien.....	37
5.3.1	Schilderung der touristischen Entwicklung in Bulgarien – im Wesentlichen vor Augen geführt unter Zuhilfenahme der Ankünfte	37
5.3.2	Quellmärkte.....	41
5.3.3	Saisonverlauf.....	42
5.3.4	Struktur und Entwicklung der Unterkunftsbetriebe	43
5.3.5	Probleme im bulgarischen Tourismus	44
5.3.6	Strategischer Plan für die Entwicklung des Kulturtourismus in Bulgarien – eingebunden in eine nationale Tourismusstrategie	46
6	Analyse des kulturtouristischen Potenzials der Stadt Plovdiv	50
6.1	Methodische Vorgehensweise	50
6.2	Präsentation von Plovdiv als Stadt und ihrer allgemeinen Rahmenbedingungen	53
6.2.1	Geographische Lage der Stadt, ihre charakteristischen Eigenschaften und die Merkmale des sie umgebenden Naturraums	53
6.2.2	Klimatische Aspekte	56
6.2.3	Geschichtliche und kulturräumliche Prägungen der Stadt Plovdiv	56
6.3	Kulturelles und touristisches Potenzial der Stadt Plovdiv.....	59
6.3.1	Kulturelles Potenzial.....	59
6.3.1.1	Kulturelle Sehenswürdigkeiten	59
6.3.1.2	Museen	65

6.3.1.3	Events und kulturelle Veranstaltungen.....	66
6.3.2	Touristisches Potenzial.....	71
6.3.2.1	Touristisches Angebot.....	71
6.3.2.1.1	Übernachtungsmöglichkeiten.....	71
6.3.2.1.2	Gastronomie.....	72
6.3.2.2	Touristische Infrastruktur.....	73
6.3.2.2.1	Angebote der Stadtinformation.....	73
6.3.2.2.2	Internetseite.....	75
6.3.2.2.3	Reiseveranstalter und Reisemittler.....	75
7	Chancen und Perspektiven für die Entwicklung des Kulturtourismus in Bulgarien auf dem deutschen Reisemarkt – am Beispiel der Stadt Plovdiv ...	80
7.1	SWOT-Analyse und Schlussfolgerungen.....	80
7.2	Maßnahmenvorschläge zur kulturtouristischen Entwicklung der Stadt Plovdiv als Beispiel für Bulgarien.....	85
7.3	Zukünftige Entwicklungsperspektiven für Kulturtourismus in Plovdiv für den deutschen Reisemarkt.....	89
7.3.1	Entwicklungsperspektiven für Plovdiv für den Ausbau des Kulturtourismus.....	89
7.3.2	Zeitliche Dimensionierung.....	92
8	Fazit.....	94
	Literaturverzeichnis.....	X
	Gesprächsverzeichnis.....	XXIV
	Anhang.....	XXV

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Strukturelle Übersicht über die Magisterarbeit	3
Abbildung 2: Struktur des Systems Tourismus.....	11
Abbildung 3: Funktionalmodell Tourismus	12
Abbildung 4: System des Kulturtourismus	14
Abbildung 5: Reiseintensität (1954-2010)	16
Abbildung 6: Urlaubsreisen der Deutschen (1971-2010)	17
Abbildung 7: Reiseausgaben (1990-2010).....	18
Abbildung 8: Urlaubsreiseziele (1995-2010).....	19
Abbildung 9: Ausgewählte Reisemotive der Deutschen (2000, 2008, 2009)	20
Abbildung 10: Während der Urlaubsreisen ausgeübte Aktivitäten (2006 bis 2008)	22
Abbildung 11: Reliefkarte von Bulgarien	34
Abbildung 12: Ankünfte von Touristen in Bulgarien (1960-2010)	38
Abbildung 13: Realisierte Übernachtungen von Ausländern in den Unterkunftsbetrieben (1980-2010)	40
Abbildung 14: Entwicklung der Übernachtungszahlen der vier bedeutendsten Quellmärkte (1980-2010)	42
Abbildung 15: Saisonalität gemessen an den realisierten Übernachtungen (1980- 2008).....	43
Abbildung 16: Anzahl und Struktur der Unterkunftsbetriebe (1980-2008).....	44
Abbildung 17: Arten von touristischen Produkten und ihr Anteil am gesamten touristischen Angebot (2008)	47
Abbildung 18: Kulturtouristische Bezirke nach dem Strategieplan für die Entwicklung des Kulturtourismus in Bulgarien	48
Abbildung 19: Bulgariens attraktivste Städte im Hinblick auf ihre Kultur.....	49
Abbildung 20: Plovdiv bei Nacht.....	55
Abbildung 21: Ruinen des thrakischen Zarenschlusses	60
Abbildung 22: Antikes Theater von Plovdiv.....	61
Abbildung 23: Wiedergeburtshäuser in Plovdiv	62

Abbildung 24: Aloscha.....	62
Abbildung 25: Erklärungstafel	63
Abbildung 26: Sanierungsbedürftige Häuser in der Altstadt	64
Abbildung 27: Antikes Stadium – vorher und nacher	64
Abbildung 28: Katalog der Handlungsempfehlungen.....	85
Abbildung 29: Segmente für den Ausbau des Kulturtourismus in Plovdiv	89
Abbildung 30: System des Tourismus.....	XXV
Abbildung 31: Broschüre Bulgarian VIP Tours, erhältlich auf der ITB Berlin (2011)	XXVI
Abbildung 32: Broschüre Kulturelle Events Plovdiv 2011, erhältlich auf der ITB Berlin (2011).....	XXVII
Abbildung 33: Broschüre Kulturelle Touren in Bulgarien, erhältlich auf der ITB Berlin (2011).....	XXVIII

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Wachstum in Bezug auf ausgeübte Aktivitäten (1993-2003, in Prozent).....	23
Tabelle 2: Größe des Marktsegmentes der Kulturtouristen	27
Tabelle 3: Kulturelle Veranstaltungen in Plovdiv	67
Tabelle 4: Hotels – Kategorie, Anzahl, Preise in Euro, Bettenkapazität	71
Tabelle 5: Sitzkapazitäten nach Gaststättenbetrieben im zentralen Viertel der Stadt.....	72
Tabelle 6: SWOT-Analyse (Chancen und Risiken)	81
Tabelle 7: SWOT-Analyse (Stärken und Schwächen).....	82

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
BAK	Bundesamt für Kultur
BIP	Bruttoinlandsprodukt
ca.	circa
EG	Europäische Gemeinschaft
ETI	Europäisches Tourismus Institut GmbH
et al.	und andere
EU	Europäische Union
Etc.	et cetera
e.V.	eingetragener Verein
F.U.R.	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hg.	Herausgeber
ITB	Internationale Tourismus Börse Berlin
Jh.	Jahrhundert
Kap.	Kapitel
km	Kilometer
NSI	Nationales Statistik Institut
O. A.	ohne Autor
O. J.	ohne Jahr
O. O.	ohne Ort
Prof.	Professor
RA	Reiseanalyse
SWOT	Strength, Weakness, Opportunities, Threats
Tab.	Tabelle
u. a.	unter anderem
TIC	Touristen-Informations-Center
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
vgl.	vergleiche
WTO	World Tourism Organization
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USP	Unique Selling Proposition
z. B.	zum Beispiel

1 EINLEITUNG

1.1 HINLEITUNG ZUM THEMA

„Einer Legende zufolge hat Gott, als er die Erde unter den Völkern aufteilte, ein kleines Volk vergessen – die Bulgaren. Dann gingen die Bulgaren zu Gott und erklärten ihm, dass sie kein Land bekommen haben. Da Gott aber kein Land mehr zu verteilen hatte, gab er den Bulgaren ein kleines Stück aus dem Paradies, wo sie bis heute noch leben“ (STAMBOLOVA, 02.02.2009).

Seit Jahren ist Bulgarien auf dem internationalen Reisemarkt als Destination für Sommer-Sonne-Strand-Urlaub bekannt. Entsprechende Angebote konzentrieren sich naturgemäß auf die Küste, in diesem Fall der des Schwarzmeers. Offerten dieser Art unterliegen einer starken Saisonalität und bedingen ungenutzte Kapazitäten in Zeiten außerhalb der Hauptsaison. Das Image des Landes war seit Beginn des Massentourismus mit dieser Form des Tourismus assoziiert (vgl. KASATSCHKA / MARINOV 2007, 605-613). Im Jahr 2009 wurde eine neue Strategie für die Entwicklung des Tourismus veröffentlicht, deren Hauptziele es ist, alternative Formen des Tourismus in Bulgarien mit Nachdruck zu fördern. Wesentliches Element dieser Strategie ist es, Gebieten im Inneren des Landes die Chance bereitzustellen, umfassend vom Tourismus zu profitieren (vgl. Nationale Agentur für Tourismus 2009, 32). Auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin im März 2011 wurde ein weiteres Mal deutlich, dass das Land bestrebt ist, sich neu zu orientieren: Bulgarien präsentiert sich unter dem Claim „Mehr als Schwarzes Meer“. Der Minister für Wirtschaft, Energie und Tourismus in Bulgarien, Traycho Traykov, betonte ausdrücklich: „Wir möchten eine nachhaltige und umweltfreundliche Tourismuswirtschaft aufbauen und setzen dafür verstärkt auf Angebote im Kulturtourismus“ (ITB Berlin 2011, Stand 11.03.2011). Damit wurde offiziell angekündigt, dass das Land in Zukunft eine Kulturoffensive plant (vgl. SCHWARTZ 2011, 17).

Bezogen auf Deutschland ist „Kulturtourismus [...] seit einigen Jahren ein Megatrend im Tourismus und wird sich in den kommenden Jahren allen Prognosen nach als solcher fortsetzen“ (HAUSMANN / MURZIK 2011, 7). Aus dem Gesagtem lässt sich folgern, dass der deutsche Reisemarkt für die geplante zukünftige Entwicklung Bulgariens eine interessante Option wäre.