

# Winterferien am Adriastrand

**TOURISMUS.** Kroatien will bald das ganze Jahr über Gäste anlocken – durch Kongresse, Sport und Wellness. Fehlen nur die Investoren.



Die Segler werden das ersehnte Ganzjahresgeschäft mit Touristen eher nicht bringen.

[Fotolia]

VON CHRISTINE IMLINGER

**DUBROVNIK.** Noch liegen der alte Plastikbagger, das Treibholz und der Schuh ungestört auf dem Strand von Babin Kuk. Zumindest bis Ostern ist die Halbinsel nahe Dubrovnik fast ausgestorben. Nur gut hundert Touristiker beraten hier knapp vor Saisonstart, wie die Adria und ihre Gäste das Land Kroatien heuer wirtschaftlich über die Runden bringen können.

„Die Saison wird schwierig und hart“, sagt Tourismus-Staatssekretär Ivo Mujo. „Wir brauchen allen Einsatz, um die aktuelle Situation zu überleben.“ Ziel sei, das Ergebnis von 2009 zu halten. Das zentrale Problem ist, dass sich fast ein halbes Jahr lang kaum ein Gast nach Kroatien verirrt – und die Krise.

Dabei hat sich das Land bisher besser geschlagen als die meisten anderen Mittelmeer-Destinationen. In den ersten neun Monaten 2009 wurden in Kroatien fast eine halbe Million mehr Übernachtungen gezählt, laut der Zentrale für Tourismus ein Plus von einem Prozent.

Obwohl Kroatien der Trend zur Urlaubsreise im eigenen Auto zugeht, haben die Gäste weniger Geld im Land gelassen. Den Zahlen der kroatischen Notenbank zufolge haben ausländi-

sche Touristen in den ersten neun Monaten 2009 rund 5,8 Mrd. Euro ausgegeben, ein Rückgang um 15 Prozent. Der Anteil, den der Tourismus in Kroatien zum BIP beiträgt, ist von 15,7 (2008) auf 14,4 Prozent gefallen, so die Angaben des Statistikamtes.

Dem kroatischen Tourismus fehlt ein Masterplan, so lautet der Tenor beim Symposium der österreichisch-kroatischen Handelskammer, der Vereinigung österreichischer Hotelinvestoren in Kroatien, und der Tourismusvereinigung der kroatischen Arbeitgeber.

Das größte Problem ist die kurze Saison. Zwischen Herbst und Ostern kann nur eine Handvoll Hotels Gäste locken. „Dort, wohin wir Sportgruppen oder Konferenzen holen können, lassen wir offen“, erzählt Peter Fuchs, der Chef der Hotelkette Valamar (eine mehrheitliche Tochter der Wiener Investmentgesellschaft Epic). „Bei einer Auslastung von 30 Prozent ist es billiger zuzusperren.“ Valamar versucht nun, zum Beispiel durch Tanzwochen, Gäste in der Vorsaison zu locken.

Auch der Tourismusminister hat die Saisonverlängerung zur obersten Priorität erklärt. Dubrovnik und Split sollen als Kongresszentren etabliert werden. „Kroatien

als Ganzjahresdestination heißt Golf, Kongresse, Wellness“, sagt Otmar Michaeler, Direktor der Falkensteiner Michaeler Gruppe. Die kommende Saison werde zwar schwierig, aber die Stimmung sollte besser sein: „Kroatien ist nach wie vor stark gefragt, und Umfragen bestätigen, dass heuer mehr Gäste kommen wollen.“

Dennoch: Derzeit wird wenig Geld in neue Angebote gesteckt. „Die Investitionen stehen praktisch still“, weiß Vladimir Preveden, Südosteuropa-Experte von Roland Berger. Daran ist nicht nur die Krise schuld. „Wir haben so ein schönes Land, aber keine Möglichkeit, es zu entwickeln“, klagt Mirna Marovic, Vorstand der kroatischen Private Equity Association.

## Hohe Hürden für Investitionen

Schließlich seien die Eigentumsrechte von Grundstücken oft nicht geklärt, die Steuern und Abgaben hoch. Dazu kommen bürokratische Hürden und der fehlende rechtliche Schutz von Investoren. Aber, so Marovic, wenn das BIP wieder steigt, dann würden auch die Investoren wiederkommen. Er hofft auch auf dem EU-Beitritt. Der könnte, wie auch in Österreich, massive Förderungen für den Tourismus mit sich bringen.