

Bodensko jezero kao turistička regija

Jurjević, Frane

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:561684>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Preddiplomski sveučilišni studij Kulture i turizma (jednopedmetni)



Frane Jurjević

Bodensko jezero kao turistička regija

Završni rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Preddiplomski sveučilišni studij Kulture i turizma (jednopredmetni)

Bodensko jezero kao turistička regija

Završni rad

Student:

Frane Jurjević

Mentor:

mr. sc. Tomislav Krpan

Zadar, 2016.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Frane Jurjević**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Bodensko jezero kao turistička regija** rezultat mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mogega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mogega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. rujana 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. OPĆENITO O BODENSKOM JEZERU	2
2.1. Geografski položaj	2
2.2. Biološka raznolikost	3
2.3. Gospodarska iskorištenost jezera	4
3. DRŽAVE UZ BODENSKO JEZERO	7
3.1. Švicarska	8
3.2. Njemačka	11
3.3. Austrija	13
3.4. Lihtenštajn	16
3.5. Turistički pokazatelji država regije Bodenskog jezera	18
4. REGIJA BODENSKOG JEZERA	20
4.1. Gospodarstvo	21
4.2. Turizam	23
4.3. Najpoznatija turistička odredišta regije Bodenskog jezera	25
5. ZAKLJUČAK	29
SAŽETAK	31
SUMMARY	32
ZUSAMMENFASSUNG	33
POPIS LITERATURE	34
POPIS TABLICA	37
POPIS ILUSTRACIJA	38
ŽIVOTOPIS	39

1. UVOD

Razlog odabira ove teme leži u velikom značenju regije Bodenskog jezera u turističkoj ponudi zapadne Europe, ali i Europe općenito. Ovim radom nastoji se istaknuti posebnost Bodenskog jezera, kao i prostora uz jezero te njegov značaj u europskom turizmu. Dakle, cilj ovoga rada je predstaviti područje Bodenskog jezera u cjelosti kako bi se isto približilo široj javnosti. Budući da u domaćoj literaturi, posebno iz područja turističke djelatnosti, prostor Bodenskog jezera nije dovoljno opisan, u našem radu opisat ćemo navedeni prostor s obzirom na njegov zemljopisni, kulturni, a posebice gospodarski značaj.

Vrlo značajnu ulogu u europskoj turističkoj ponudi svakako zauzima regija Bodenskog jezera na čijim se obalama spajaju povijesne i kulturne znamenitosti triju srednjoeuropskih zemalja njemačkog govornog područja. Obalna područja Švicarske, Njemačke i Austrije nude široku ponudu turistima koji iz godine u godinu u sve većem broju posjećuju ovu jedinstvenu regiju. Iako se ne nalazi na obalama Bodenskog jezera, Kneževina Lihtenštajn bitan je dio regije Bodensee.

U ovome radu opisan je širi prostor oko Bodenskog jezera. Predstavljena su obilježja gospodarstva, kulture i turizma regije te su predstavljena najvažnija odredišta, odnosno njihova kulturna i općenito turistička ponuda. Ovaj rad podijeljen je u sedam poglavlja koja obuhvaćaju uvod, glavni dio teksta, zaključak te sažetak na hrvatskom i njemačkom jeziku. Kroz četiri poglavlja glavnog dijela rada predstavljeni su osnovni pokazatelji i činjenice vezane uz temu. U radu je korištena domaća i inozemna literatura iz područja geografije, povijesti, gospodarstva i turizma koja nam je stajala na raspolaganju, kao i razni internet izvori.

2. OPĆENITO O BODENSKOM JEZERU

Bodensko jezero drugo je najveće alpsko jezero, odmah nakon Ženevskog. Izvorni naziv Bodenskog jezera glasi Bodensee, no u engleskoj literaturi često se koristi i naziv Lake Constance.¹ Svojom površinom prostire se na području triju srednjoeuropskih zemalja njemačkog govornog područja, Švicarske, Austrije i Njemačke. U Bodensko jezero voda utječe s istočnog područja s izvora Alpenrhein, Bregenzerach i Dornbirnerach.² U nastavku teksta navedene su najvažnije činjenice o geografskom položaju jezera, biološkoj raznolikosti i gospodarstvu. Također, u nastavku teksta priložena je Tablica 1 koja prikazuje opće informacije o Bodenskom jezeru.

Tablica 1: Opće informacije o Bodenskom jezeru

Dužina	63 km
Širina	14 km
Duljina obale	273 km
Površina	536 km
Najdublja točka	254 m
Količina vode	48 m ³
Nadmorska visina	395 m

Izvor: izradio i preveo autor prema: **Lake Constance in figures**, www.igkb.de (24.01.2015.)

2.1. Geografski položaj

Bodensko jezero sa svojih 539 kvadratnih kilometara površine i 252 metra dubine svrstava se u vrh ljestvice najvećih europskih jezera. Jezero predstavlja prirodnu granicu između Švicarske, Njemačke i Austrije, stoga se njegova površina dijeli na tri dijela s obzirom na to kojoj državi pripada. Najveći dio jezera pripada Njemačkoj, manji dio Švicarskoj, dok

¹The complete guide to Lake Constance, www.independent.co.uk/travel/europe/thecomplete-guide-to-lake-constance (02.12.2014.)

²HAMMERL, M., GATTENHOEHNER, U.: **Lake Constance/Bodensee**, Bodensee Stiftung, Konstanz, 2003., p.2.

najmanji dio pripada austrijskoj pokrajini Voralberg.³ Radi velike površine, jezero se dijeli na istočni dio „Obersee“, sjeverozapadni dio „Überlinger See“ i južni dio „Untersee“.⁴

Slika 1.: Karta Bodenskog jezera s istaknutim većim gradovima



Izvor: **Bodensee Ferien**, www.bodenseeferien.de (24.01.2015.)

2.2. Biološka raznolikost

Bodensko jezero jedno je od najvažnijih vodenih staništa biljki i životinja na području Srednje Europe. Važno je odmorišno i zimsko odredište za preko 250 000 vodenih ptica, od kojih je vrlo važno istaknuti ćubastog gnjurca, patku kreketaljku, patku gogoljicu, glavatu patku, krunastu patku i lisku koje su od iznimnog važnog značaja za ekosustav Europe. Bodensko je jezero raznoliki ekološki sustav u kojemu rastu, osim alpskih vrsta, mediteranske pa čak i stepske vrste flore.⁵

³GEIGER, M., HERBERT P.: **Obst vom Bodensee**, TERRA Erdkunde 5, Realschule Baden-Wurtember, Stuttgart, 1992., p. 40.

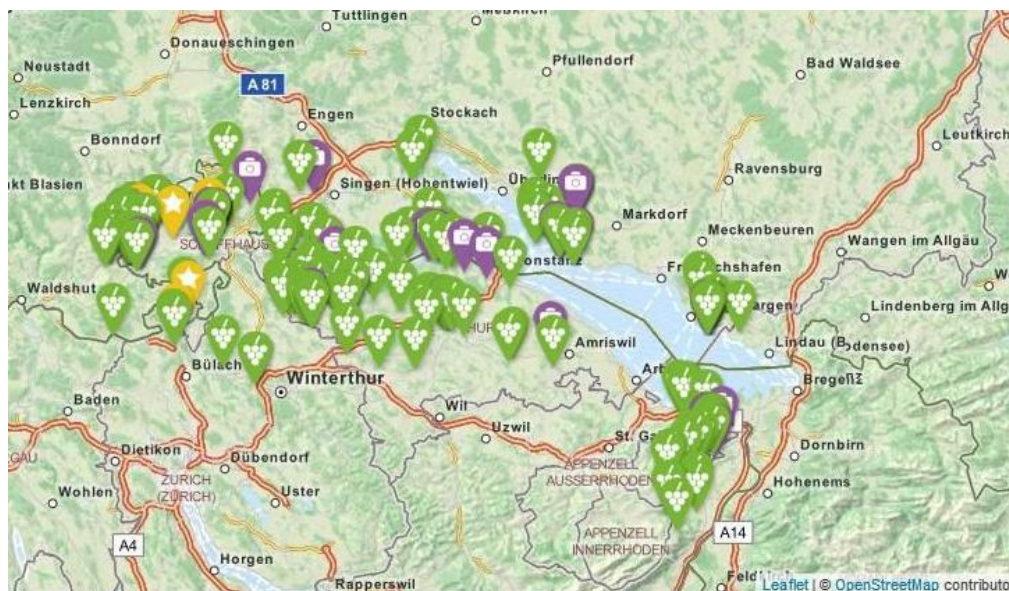
⁴MCLACHLAN, G.: **Germany-the rough guide**, The Rough Guides, London, 1992., p. 247.

⁵HAMMERL, M., GATTENHOEHNER, U.: op. cit.p.3.

2.3. Gospodarska iskorištenost jezera

S obzirom na biološku raznolikost velika se briga vodi o ekološkoj održivosti i zaštiti prirode. No, sukladno zakonskim regulacijama brojne tvrtke na ovome području proizvode svjetski poznate proizvode i nude kvalitetne usluge. Od gospodarskih grana, na ovome području se ističu specijalizirane tvrtke za visoku tehnologiju, ali i tradicionalne industrije poput metalne i tekstilne. Uz sekundarni sektor, vrlo razvijen je i primarni, posebice poljoprivreda. Na čak 433 000 hektara površine regije Bodenskoga jezera nalazi se 24 000 farmi. Najznačajniji poljoprivredni proizvodi regije su jabuke i vino. Proizvodnja jabuka najzastupljenija je u švicarskom kantonu Thurgau, poznatom i kao „Kanton der Äpfel“.⁶ Od cijele proizvodnje, osam posto proizvedeno je organskim putem.⁷ Na području regije Bodenskog jezera njeguje se duga tradicija uzgoja vinove loze i proizvodnje vina na 400 do 560 metara nadmorske visine. Najpoznatije vinske sorte su: **der Spätburgunder** (pinot noir), **der Müller-Thurgau** (rivaner) i **der Weißburgunder** (pinot blanc) koje se uzgajaju na obroncima podno Alpa uz veliki broj sunčanih sati i gotovo mediteransku klimu što nije karakteristično za alpsko područje.⁸

Slika 2: Vinogradarska poduzeća u regiji



Izvor: Weinregion Bodensee, <http://www.weinregion-bodensee.com/karte/> (08.03.2015.)

⁶Kanton der Äpfel u prijevodu znači kanton jabuka.

⁷HAMMERL, M., GATTENHOEHNER, U.: op. cit. p.4.-5.

⁸Wein vom Bodensee, <http://www.bodensee.de/erleben/genuss/regionales/wein-vom-bodensee/> (08.03.2015.)

Regija Bodenskog jezera, bez obzira na činjenicu da se sastoji od četiri države, vrlo dobro komunicira. Dobra prometna infrastruktura i povezanost regije preduvjet su za razvoj gospodarstva i kvalitetan život na tom području. U ovoj regiji ti su preduvjeti jako dobro razvijeni. Osim cestovne i zračne infrastrukture, vrlo je dobro razvijena i brodska infrastruktura. Na području Bodenskog jezera uspostavljene su 22 linije koje povezuju brojne gradove regije. U vlasništvu četiriju prijevozničkih agencija, putnike prevozi 30 putničkih brodova i tri trajekta koja zajedno imaju kapacitet 18 000 sjedećih mjesta.⁹

Slika 3: Plan plovidbe na Bodenskom jezeru s istaknutim lukama



Izvor: **Die Bodensee – Schifffahrt**, <http://www.bsb-online.com/fahrplan-download.html> (08.03.2015.)

Uz standardne brodove i trajekte, u ponudi se nalazi i multifunkcionalni brod „Sonnenkönigin“¹⁰ koja uz standardne usluge, usluge prijevoza, nudi i mogućnosti zabave. Naime, ovaj elegantni brod ujedno je i koncertna dvorana, kazalište, dvorana za bal i elegantni ploveći restoran.¹¹

⁹**Die Bodensee – Schifffahrt**, <http://www.bsb-online.com/files/bsb/downloads/Fahrplan/Fahrplan%E2%80%93932015-Web.pdf> (08.02.2015.)

¹⁰Sonnenkönigin – Kraljica Sunca

¹¹**Die Welt auf dem See**, <http://www.bodenseeschifffahrt.at/sonnenkoenigin> (08.02.2015.)

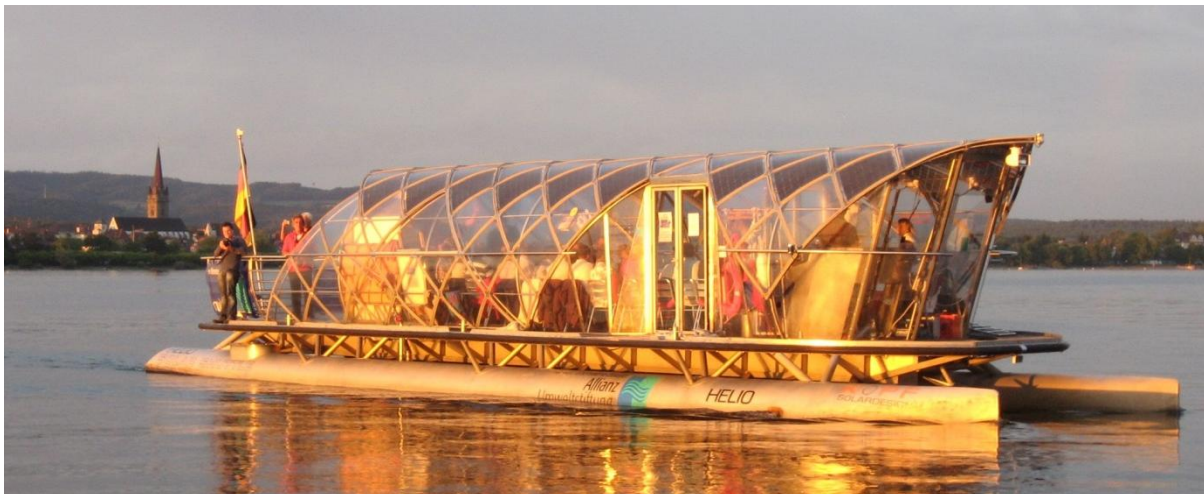
Slika 4: Brod Sonnenkönigin



Izvor: **Sonnenkönigin Galerie**, <http://www.sonnenkoenigin.cc/> (08.03.2015.)

Uz moderan brod Sonnenkönigin, obalne destinacije jezera povezuje i solarni brod HELIO. Također se i ovaj brod, osim za usluge prijevoza putnika, koristi i za zabavu te edukaciju istih. Kružna putovanja, izložbe, koncerti, tečajevi plivanja, team-buildinzi, svečane večere i proslave samo su neki od elemenata ponude solarnoga broda.¹²

Slika 5: Solarni brod HELIO



Izvor: **Bodensee-Solarschiff HELIO feiert 10-jähriges Jubiläum mit viel Prominenz**, <http://www.bodensee-woche.de/bodensee-solarschiff-helio-feiert-10-jaehriges-jubilaeum-mit-viel-prominenz-27310/> (08.03.2015.)

¹²**Bodensee-Solarschiffahrt**, <http://www.solarfaehre.de/angebote/> (08.02.2015.)

3. DRŽAVE UZ BODENSKO JEZERO

Kao što je navedeno u početku rada, Bodensko jezero prirodna je granica triju zemalja njemačkoga govornoga područja. No, u neposrednoj blizini Bodenskog jezera smještena je i Kneževina Lihtenštajn. Dakle, površina regije Bodenskog jezera obuhvaća područje četiriju država: Švicarske, Njemačke, Austrije i Lihtenštajna.

Slika 6: Regija Bodenskog jezera



Izvor: Statistik Bodensee, www.statistik-bodensee.org (24.01.2014.)

Slika 6 prikazuje regiju Bodenskog jezera s istaknutim pokrajinama. Naime, u regiju Bodenskog jezera se ubrajaju švicarski kantoni (Zürich, Schaffhausen, Thurgau, Appenzell Innerrhoden, Appenzell Ausserrhoden i kanton Sankt Gallen), okruzi njemačkih pokrajina Baden-Württemberg i Bavarske (Sigmaringen, Konstanz, Bodenseekreis, Ravensburg, Oberallgäu i Lindau), austrijska pokrajina Vorarlberg te Kneževina Lihtenštajn.¹³

¹³Im Fokus – die Regio Bodensee, Internationale Bodenseekonferenz im Rahmen des Projekts „Statistikplattform Bodensee“, Konstanz, 2007., p. 37.

3.1. Švicarska

Švicarska Konfederacija alpska je država koja se sastoji od 26 kantona. U regiju Bodenskog jezera ubraja se šest kantona: kanton Zürich, Schaffhausen, Thurgau, Sankt Gallen, Appenzell Außerrhoden i Appenzell Innerrhoden. Od prethodno navedenih šest kantona samo se dva kantona nalaze uz obale Bodenskog jezera, kantoni Thurgau i Sankt Gallen koji zauzimaju 72 kilometra dugu obalu zapadnoga dijela jezera. Na tom području smješteno je mnoštvo slikovitih gradova od kojih se veličinom ističe Kreuzlingen, a zatim i manji gradovi Stein am Rhein, Arbon, St. Gallen i ostali.¹⁴

Švicarska Konfederacija prostire se na 41.293 kvadratna kilometra alpskog područja te broji populaciju od 7.424.000 stanovnika. Švicarska je izrazito decentralizirana država. Glavni grad je Bern, no većina javnih službi dostupna je u glavnom gradu svakoga kantona. Brojne se posebnosti kriju u ovoj državi, a jedna od njih je potpuna jednakost četiriju jezika. Naime, u Švicarskoj ne postoji jedan službeni jezik, već njih četiri: njemački, francuski, talijanski i retoromanski jezik. Najrasprostranjeniji jezik je njemački koji se govori u 16 kantona. No, bitno je napomenuti kako se švicarski njemački razlikuje od standardnog njemačkog jezika.

Njemačka, francuska i talijanska kultura već stoljećima skladno žive u ovoj državi.¹⁵ Prirodni resursi, prihvaćanje i poštivanje među rasama i kulturama, marljivost, kultura rada, preciznost i kvaliteta neki su od elemenata zbog kojih je švicarsko gospodarstvo već dugi niz godina jedno od najboljih i najstabilnijih na svijetu. Gospodarstvo je to koje je prebrodilo svjetsku ekonomsku krizu bez većih problema. Već stotinama godina Švicarska je jedna od najkonkurentnijih zemalja svijeta. Švicarsko gospodarstvo u svijet je plasiralo brojne kvalitetne proizvode poput čokolade, sira, satova i brojnih drugih proizvoda. Dakako, tu su i švicarske banke koje čuvaju kapital većeg dijela svijeta i koje se ubrajaju među najsigurnije.¹⁶

Turizam ove alpske države također ima dugu tradiciju. Čista priroda, arhitektura, bogati kulturni običaji i gastronomija ono su čime Švicarci privlače turiste. Dakako, iza cijeloga turizma Švicarske stoji jako dobar marketing koji od švicarskih destinacija čini top destinacije kulturnog, zdravstvenog, sportskog, zimskog i luksuznog turizma, ali nikako i masovnog turizma.

¹⁴KRPAN, T.: **Die Alpenländer- Österreich, die Schweiz und Liechtenstein**, nastavni materijal, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilište u Zadru, 2011., p. 1.

¹⁵KRPAN, T.: op. cit. p.2.

¹⁶KRPAN, T.: op. cit. p.2.-3.

Slika 7: Karta Švicarske s istaknutim najposjećenijim turističkim regijama



Izvor: HELD, N.: **Performance der Schweizer Ausflugsdestinationen**, BAK Basel Economics AG, Basel, 2014., p.1.

Iz gore navedene slike može se iščitati kako su najposjećenije regije u Švicarskoj one regije u kojima su smješteni najveći švicarski gradovi. Najposjećenije destinacije u 2013. godini, prema istraživanju ekonomskog instituta BAK Basel Economics AG, su regija Ägerital/Sattel u središnjoj Švicarskoj, a potom slijede regija La Sarine, kanton Zürich, regija St. Gallen – Bodensee te na petom mjestu regija Freiamt.¹⁷

Sve ove regije, kao i pojedinačne mikrodestinacije, iza sebe imaju dobru platformu za promociju. Švicarski turizam velika sredstva i napore ulaže u promociju već dugi niz godina jer tu vidi priliku za napredovanje u turizmu. Cijela makrodestinacija podijeljena je na regije s obzirom na to kakav turistički proizvod nude na tržištu. Važan segment koji je prepoznat od strane turističkih stručnjaka su obitelji, stoga 24 mikrodestinacije Švicarske imaju titulu „Obiteljska destinacija“. Neke od tih destinacija su regija Ženevskog jezera, Istočna

¹⁷HELD, N.: **Performance der Schweizer Ausflugsdestinationen**, BAK Basel Economics AG, Basel, 2014., p. 3.

Švicarska i regija Ticino. Upravo se ove destinacije, zajedno s ostalim obiteljskim destinacijama, na švicarskom turističkom tržištu diferenciraju sa sloganom „Familien willkommen“¹⁸ koji podrazumijeva brojne proizvode i usluge namijenjene obiteljima.¹⁹

Ostale oznake kvalitete švicarskog turizma su „Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus“, „Die Ferienwohnungen“, „EU-Umwetlabel für Beherbergungsbetriebe“ i „Wellness Destination“.²⁰ Sve ove oznake kvalitete za cilj imaju unapređenje turističke ponude u skladu sa potražnjom i turističkim trendovima današnjice. Program „Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus“ se zasniva na kategorizaciji svih subjekata u turizmu. Odvija se na tri razine: kvaliteta usluge, kvaliteta vodstva te kvalitetan i sveobuhvatan management. Krajnji cilj je jednostavan, a glasi: „Zufriedene Gäste, die gerne wiederkehren“^{21, 22}.

Promatrajući statistička izvješća koja govore o švicarskom turizmu može se zaključiti kako se posljednjih godina u pojedinim segmentima osjeti utjecaj gospodarske krize. Naime, broj kreveta u hotelskim objektima se iz godine u godinu smanjuje, kao i broj noćenja u istima. U skladu s time, duljina boravka turista i njihova prosječna potrošnja u stalnom su opadanju. No s druge strane, potražnja za jeftinijim oblicima smještaja u stalnome je porastu od čega najveću koristi imaju hosteli. Prethodno navedene činjenice odnose se na švicarska emitivna tržišta, no promatrajući Švicarsku kao receptivno tržište uočavaju se velike razlike. Naime, potrošnja državljana Švicarske Konfederacije u inozemnim turističkim destinacijama raste iz godine u godinu. Taj rast nije zanemariv, očituje se u velikim postotcima što potvrđuje činjenicu da je Švicarska stabilno svjetsko gospodarstvo.²³

¹⁸„Familien willkommen“ u prijevodu znači „Dobrodošlica obiteljima“.

¹⁹**Family Destination**, http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=935 (28.03.2015.)

²⁰U prijevodu na hrvatski jezik: „Program kvalitete švicarskog turizma“, „Kuće za odmor“, „EU- ekološka oznaka kvalitete za smještajne objekte“ i „Wellness destinacija“.

²¹„Zadovoljni gosti uvijek se vraćaju.“

²²**Qualitäts-Programm**, http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=940 (28.03.2015.)

²³**Statistical Data on Switzerland – Statistical Yearbook 2014.**, <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/publikationen.Document.176873.pdf> (28.03.2015.)

3.2. Njemačka

Kao što je već navedeno, njemačke savezne pokrajine Baden-Württemberg i Bavarska dio su regije Bodenskog jezera. Cijeli sjeverni dio jezera njemački je dio na kojem se nalazi veliki broj većih i manjih gradova. Neki od većih njemačkih gradova koji se nalaze na samoj obali Bodenskoga jezera ili pak u neposrednoj blizini jezera su Friedrichshafen, Meersburg i Konstanz.²⁴

Savezna Republika Njemačka peto je najveće svjetsko gospodarstvo sa izvozom vrijednim 1.121 milijardu dolara. U Europskoj Uniji predstavlja najveće i najvažnije tržište sa 82 milijuna stanovnika, čiji BDP, prema podacima iz 2009. godine, iznosi 3.235 milijardi dolara. Ujedno, Njemačka je i šesta najatraktivnija zemlja za investitore.²⁵

Tablica 2: Najveći gradovi u Njemačkoj i broj stanovnika (2009.)

Grad:	Broj stanovnika:
Berlin	3.432.000
Hamburg	1.736.000
München	1.350.000
Köln	1.019.000
Frankfurt am Mein	676.000

Izvor: Izradio autor prema: **Tatsachen über Deutschland**, Sociokräts-Verlag, 2010., Frankfurt am Mein, p.136.

Na listi UNESCO-a Njemačka broji 33 spomenika prirode i kulture, kao i 14 nacionalnih parkova, 101 park prirode te 15 prirodnih rezervata.²⁶

Savezna Republika Njemačka pozicionirala se u sam vrh ljestvice najrazvijenijih svjetskih zemalja. Uz razvijeni primarni i sekundarni sektor, vrlo dobro je razvijen i tercijarni sektor koji je 2003. godine imao udio od 70 posto u ukupnom BDP-u Njemačke. Najveći udio unutar tercijarnog sektora odnosi se na turizam, ali i ostale gospodarske aktivnosti usko su

²⁴MCLACHLAN, G.: op. cit. p. 247.

²⁵**Tatsachen über Deutschland**, Sociokräts-Verlag, 2010., Frankfurt am Mein, p. 85.-87.

²⁶**Tatsachen über Deutschland**, op. cit. p. 166.

povezane sa turističkim aktivnostima.²⁷ Njemački turizam zasnovan je na temeljima poput kulturno-povijesnih atrakcija, gastronomije i brojnih festivala. Na ovim osnovama se kroz dugu tradiciju gradi i gradi sve značajniji turistički brand kojime upravlja Njemačka turistička zajednica, odnosno Deutsche Zentrale für Tourismus. Uz promociju Njemačke kao turističke destinacije, ova organizacija na godišnjoj bazi analizira turistička kretanja na temelju kojih izdaje publikacije. Prema godišnjoj analizi njemačkog turizma iz 2014. godine, Njemačka je na drugome mjestu po popularnosti europskih turističkih destinacija. Jedan od segmenata koji čini Njemačku popularnom u svijetu turizma jest kvalitetna ponuda za poslovni turizam. Naime, u 2012. godini poslovni su turisti u Njemačkoj potrošili 13,5 milijuna eura čime se Njemačka svrstala na prvo mjesto tablice najboljih turističkih destinacija za poslovna putovanja. Jedanaest posto svih poslovnih putovanja u svijetu odvija se na prostoru Njemačke. Uz razne kongrese i sastanke, veliki dio ponude odnosi se na sajmove koji na godišnjoj razini privlače i do tri milijuna stranih turista.²⁸

Njemačka kao turistička destinacija 2009. godine je ostvarila 54,8 milijuna noćenja stranih gostiju, od kojih je većina u omiljenim njemačkim destinacijama: Berlinu, Hamburgu, Münchenu, Kölnu i Frankfurtu na Majni. Najposjećenija njemačka destinacija je glavni grad Berlin koji je 2009. godine zabilježio 19 milijuna noćenja.²⁹ Njemački turizam karakteriziraju veliki broj dolazaka i ostvarenih noćenja turista, posebice u hotelskim objektima. Čak 75 posto ponude smještajnih objekata odnosi se na hotelske objekte. No, uz sve ove pozitivne strane njemačkog turizma treba spomenuti i one negativne, a to su turistička sezonalnost i usmjerenost na veće gradove, odnosno na mjesta sa više od sto tisuća stanovnika.³⁰

²⁷BILOŠ, A.: **Organizacija turizma Njemačke**, Diplomski rad, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., p.6.-10.

²⁸German National Tourist Board: **Incoming – Tourism Germany: Facts and Figures 2013.**, German National Tourist Board, Frankfurt am Mein, 2014., p. 1.-24.

²⁹**Tatsachen über Deutschland**, op. cit. p. 181.

³⁰**Incoming- Tourism Germany**,

http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Incoming_GTM13_en_web.pdf (29.03.2015.)

3.3. Austrija

Republika Austrija parlamentarna je republika u čijem se sastavu nalazi devet pokrajina, i to pokrajine Vorarlberg, Tirol, Salzburg, Kärnten, die Steiermark, Oberösterreich, Niederösterreich, das Burgenland i Wien. Austrijske savezne pokrajine obuhvaćaju površinu od 83.855 kilometara kvadratnih. Od ukupno 8.387.742 stanovnika, Hrvati su manjinski narod koji broji 50.000 stanovnika naseljenih pretežito u pokrajini Steiermark i glavnom gradu Beču.³¹ Iako je prva pomisao na Austriju seosko stanovništvo u tradicionalnim nošnjama, statistika pokazuje kako samo 16 posto stanovništva živi u mjestima sa do tisuću stanovnika. Svaki treći Austrijanac živi u jednom od pet najvećih gradova, najvećim dijelom u Beču. U glavnom austrijskom gradu živi četvrtina ukupnog stanovništva Austrije.³²

Slika 8: Karta Republike Austrije s istaknutim saveznom pokrajinama



Izvor: **Bank Austria**, <http://www.bankaustria.at/rechner-wohnbauforderungsrechner.jsp> (18.03.2015.)

Unatoč gospodarskoj krizi koja je od 2008. godine prisutna u Europi, Republika Austrija ne bilježi velike gospodarske gubitke. Naime, Austrija je država koja ima najnižu stopu

³¹KRPAN, T.: op. cit. p.4.

³²KRPAN, T.: op. cit. p.5.

nezaposlenosti u Europskoj Uniji. Svega 4,3 posto austrijskog stanovništva bilo je nezaposleno u 2013. godini.³³

Austrijsku povijest uvelike je obilježila vladavina moćne obitelji Habsburg. Država je to u kojoj se povijesne, odnosno tradicionalne i suvremene stvari uspješno spajaju. Bogata tradicija, kultura, gastronomija, arhitektura, ljubazni stanovnici i lijepa priroda karakteriziraju Austriju. Prethodno navedene karakteristike Austrije privlače veliki broj turista iz cijeloga svijeta. Austrija uistinu nudi brojne mogućnosti za sve tipove turista. Kulturni turizam, zimski turizam, seoski turizam, vjerski turizam i sportski turizam samo su neki segmenti bogate turističke ponude Republike Austrije.³⁴

Tablica 3: Austrijski turizam u brojkama

Godina:	2012.	2013.	2014.
Broj dolazaka (u mil.)	36,2	36,8	37,6
Broj ostvarenih noćenja (u mil.)	131,0	132,6	131,9
Ukupna potrošnja turista (u mil. €)	16.445	16.940	16.937
Udio u BDP-u	5,2 %	5,3 %	5,1 %

Izvor: Statistik Austria: Tourismus, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/ (28.03.2015.)

Turizam Republike Austrije ostvaruje dobre rezultate već dugi niz godina. U gore priloženoj tablici navedeni su podaci o austrijskom turizmu u razdoblju od 2012. do 2014. godine. Primjerice, u 2014. godini Austriju je posjetilo 37,6 milijuna međunarodnih turista koji su ostvarili 131,9 milijuna noćenja te su na razne elemente ponude potrošili ukupno 16.937 milijuna eura. Gledajući turističke brojke po saveznim pokrajinama, najposjećenije savezne pokrajine su Tirol, Salzburg i Beč koje zajedno ostvaruju preko 70% ukupnog turističkog prometa Austrije. Prema podacima iz statističkog izvješća Državnog zavoda za statistiku Republike Austrije – „Statistik Austria“, domaći turisti posjetili su 2014. godine Austriju u

³³Arbeitsmarkt, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/arbeitsmarkt/index.html(08.03.2015.)

³⁴KRPAN, T.: op. cit. p.6.

ukupnom broju od 35,7 milijuna i ostvarili 96,2 milijuna noćenja. Shodno tomu, možemo zaključiti kako su domaći turisti najveći segment potražnje za austrijskim turizmom.³⁵

Austrijski dio, odnosno pokrajina koja pripada regiji Bodenskog jezera naziva se Voralberg. Druga je to najmanja austrijska pokrajina koja je bolje povezana sa susjednim državama (Njemačkom, Švicarskom i Lihtenštajnom), nego sa ostatkom Austrije. Upravo iz tog razloga je ova pokrajina gospodarski uspješnija od većeg dijela ostalih austrijskih pokrajina, što se vidi u postotku zaposlenosti i visokim plaćama. U Voralbergu turisti ponajviše uživaju u bogatoj kulturnoj ponudi, ruralnim prostorima, visokim planinama, ali i jezeru Bodensee.³⁶

Austrija je i vrlo važno emitivno tržište. Samo u 2013. godini pet i pol milijuna Austrijanaca ostvarilo je 6,75 milijuna turističkih putovanja. Iste godine intenzitet putovanja iznosio je 76,5 %. Od ukupnog broja ostvarenih turističkih putovanja, 3,48 milijuna odnosi se na putovanja izvan matične države, dok se 3,27 milijuna putovanja realiziralo u nekoj od austrijskih pokrajina. Istražujući turistička kretanja austrijskog stanovništva, može se uočiti kako Austrijanci svoj ljetni odmor najčešće provode u Hrvatskoj, Njemačkoj, Grčkoj, Španjolskoj i Turskoj. Republika Hrvatska je, prema podacima iz 2013. godine, na drugome mjestu omiljenih destinacija austrijskog stanovništva sa udjelom od 16,5 posto.³⁷

Prosječna potrošnja na putovanjima izvan mjesta domicila iznosi 2.500,00 € po domaćinstvu, pri čemu je važno istaknuti kako u taj iznos nisu pribrojani izdatci za hranu i piće te dodatne aktivnosti i izlete. Prilikom planiranja putovanja, turisti se najčešće koriste online sustavima za rezervaciju smještaja, leta i izleta. Čak 71,3 posto Austrijanaca individualno organizira svoje putovanje. Prilikom organiziranja putovanja, rezerviraju smještaj u hotelskim objektima i pansionima, a do destinacije najčešće dolaze osobnim automobilom. Važni motivi za odlazak na putovanje su kultura, obilazak gradova te sunce i more. Upravo prethodno navede motive jedan dio turista, njih 16,5 %, zadovoljava u Hrvatskoj. Republika Hrvatska, najčešće Istra i Dalmacija, za austrijske turiste privlačna su turistička odredišta prvenstveno radi blizine, sunca i mora, ali i kulturne te prirodne baštine. Udio Austrijanaca u

³⁵ **Statistik Austria: Tourismus**, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/beherbergung/index.html (08.03.2015.)

³⁶ MATECKI, U.: **Dreimal Deutsch**, Ernst Klett Sprachen; Stuttgart, 2008., p.80.

³⁷ **Tourismus-Satellitenkonto (TSA)**, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/tourismus-satellitenkonto/index.html (08.03.2015.)

hrvatskom turizmu u stalnom je porastu. U rekordnoj 2013. godini, na dolazak u Hrvatsku odlučilo se 968.490 Austrijanaca koji su iste godine ostvarili 5.207.945 noćenja.³⁸

3.4. Lihtenštajn

Jedna od najmanjih država svijeta, Kneževina Lihtenštajn, smjestila se u alpskom prostoru između Austrije i Švicarske. Samo 6 kilometara široka i 29 kilometara duga, država se ipak ima čime pohvaliti. Prema popisu stanovništva iz 2005. godine, na površini od 160 kvadratnih kilometara živi 35 tisuća stanovnika koji uživaju dugu tradiciju demokracije i ljudskih prava. Gledajući BDP per capita, Lihtenštajn je najbogatija zemlja svijeta.³⁹

Počeci nastanka ove države sežu u 1719. godinu kada su ujedinjena područja države i stvorena monarhija. Država je dobila ime po značajnoj plemićkoj obitelji Liechtenstein koja je igrala vrlo važnu ulogu u Austro-Ugarskoj Monarhiji. I danas državom vlada knez iz porodice Liechtenstein.⁴⁰

Gospodarstvo kneževine temelji se na međunarodnoj suradnji, prvenstveno sa Švicarskom, Njemačkom i Austrijom. Lihtenštajn je simbol sigurnog bankarskog sustava i niskih poreza. Iz tog se razloga u lihtenštajnskim bankama čuva novac iz cijeloga svijeta. Od petnaest bankarskih kuća, izdvaja se Lihtenštajnska Narodna Banka koja je u bankarskom sektoru poznata kao jedna od najsigurnijih u svijetu.⁴¹ Kneževinom upravljaju tri političke stranke u koordinaciji s knezom. U donošenje bitnih odluka vrlo se često uključuje i stanovništvo, stoga se nerijetko zakoni donose referendumom. Parlament je, kao i u svakoj državi, odgovoran za pravilno funkcioniranje države, no očuvanje teritorija i državna sigurnost prepuštene su Švicarskoj. Vanjska politika usmjerena je na zaštitu ljudskih prava i humanitarnu pomoć. Kneževina Lihtenštajn aktivna je članica EFTA-e i WTO-a te često ima važnu ulogu u rješavanju pitanja vezanih uz ljudska prava i humanitarne akcije.⁴²

³⁸Tourismus-Satellitenkonto (TSA), http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/tourismus-satellitenkonto/index.html (08.03.2015.)

³⁹GSTHÖL, E.: *Fürstentum Liechtenstein*, Alpenland Verlag, Schaan, 2006., p.10.

⁴⁰GSTHÖL, E.: op. cit. p. 14.–18.

⁴¹GSTHÖL, E.: op. cit. p. 76.

⁴²GSTHÖL, E.: op. cit. p. 38.–40.

Turizam Lihtenštajna temelji se na bogatoj kulturi i tradiciji. Naime, na inicijativu kneza Hans-Adama II. stvoren je fond za stipendiranje talentiranih umjetnika čije su brojne umjetničke skulpture postavljene po državi. Najpoznatije kulturne institucije su Muzej umjetnosti i Nacionalni muzej u Vaduzu te Nacionalno kazalište u Schaanu. U navedenim kulturnim institucijama često se održavaju kulturne manifestacije koje privlače veliki broj ljubitelja kulture iz cijeloga svijeta. Kao dio kulture, u turističke svrhe valorizirane su stare građevine poput kneževog dvorca u Vaduzu, dvorca Gutenberg, „Rote Haus“, crkve sv. Križa, katedrale svetog Florijana u Vaduzu, kapele sv. Marije iz 14. stoljeća i brojne druge. No, Lihtenštajn je ipak država u kojoj se spaja staro i novo, monarhija i demokracija, tradicionalno i suvremeno, stoga su izgrađene brojne suvremene građevine poput Muzeja umjetnosti i Nacionalne banke koje svojim izgledom privlače turiste.⁴³

Tablica 4: Osnovni pokazatelji turizma Kneževine Lihtenštajn

Godina	Smještajni kapaciteti (broj kreveta)	Turistički dolasci	Turistička noćenja
1970.	1.415	72.421	145.247
1980.	1.760	85.033	182.443
1990.	1.387	77.735	149.861
2000.	1.314	62.894	133.485
2010.	1.144	51.815	115.051
2013.	978	53.044	133.197

Izvor: **Facts and figures 2015 – Liechtenstein,**

<http://www.liechtenstein-business.li/fileadmin/Dateiliste/wirtschaft->

[li/Dokumente/Downloads/Presentation Facts and Figures 2015 4 3.pdf](li/Dokumente/Downloads/Presentation_Facts_and_Figures_2015_4_3.pdf) (30.03.2015.)

Iz gore navedene tablice može se iščitati kako turizam Lihtenštajna nema dugoročni rast, već turistička kretanja osciliraju. No, Kneževina Lihtenštajn se ne oslanja na masovni turizam već razvija neke specifične oblike turizma čime privlači turiste koji borave dulje i troše više u destinaciji.

⁴³GSTHÖL, E.: op. cit.p. 98.–126.

3.5. Turistički pokazatelji država regije Bodenskoga jezera

Svjetski Ekonomski Forum od 2007. godine izdaje izvješća pod nazivom „The Travel & Tourism Competitiveness Report“ u kojima ocjenjuje pojedine elemente turističke ponude država iz cijeloga svijeta. Prvo izdanje uključivalo je 124 države, dok izdanje iz 2013. godine pokazuje segmente turističke ponude 140 zemalja svijeta.⁴⁴ Indeks turističke konkurentnosti ocjenjuje pojedine elemente sektora putovanja i turizma u tri kategorije: zakonodavna regulativa, poslovno okruženje i infrastruktura te bogatstvo ljudskih, kulturnih i nacionalnih dobara.⁴⁵

Tablica 5: Turistički pokazatelji država regije Bodenskog jezera u svjetskim okvirima⁴⁶

	Švicarska	Njemačka	Austrija
Udio turističkog sektora u BDP-u (u milijunima \$)	15,787.7	58,273.6	20,350.5
Udio zaposlenih u turizmu (u tisućama)	153.5	723.0	216.0
Turistički dolasci (u tisućama)	8,534.3	28,351.6	23,012.0
Ostvareni prihod od turizma (u milijunima \$)	17,540.4	38,841.6	19,859.7
2013 Travel & Tourism Competitiveness Index	1	2	3
2011 Travel & Tourism Competitiveness Index	1	2	4
2009 Travel & Tourism Competitiveness Index	1	3	2
Zakonodavni okvir u području turizma	1	88	2
Sigurnost	2	14	6
Važnost turizma	11	6	7

⁴⁴World Economic Forum, <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013> (29.03.2015.)

⁴⁵Izvješće konkurentnosti turizma i putovanja 2013., <https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CC4QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.konkurentnost.hr%2Fflgs.axd%3Ft%3D16%26id%3D417&ei=gRxSVfmxGIKSsgHyy4GACg&usg=AFQjCNG33Ud93-Ljqhcei5ICVZyIL6MUReA&bvm=by.92885102.d.bGg&cad=rja> (29.03.2015.)

⁴⁶U istraživanju konkurentnosti sudjelovalo je 140 zemalja iz cijeloga svijeta.

Poslovno okruženje i infrastruktura	1	23	11
Turistička infrastruktura	5	11	1
ICT infrastruktura	6	7	20
Antropogeni, prirodni i kulturni izvori	2	18	9
Dostupnost kvalitetnog kadra	2	53	45
Prirodni izvori	19	31	49
Kulturni izvori	6	4	12

Izvor: preveo autor prema: BLANKE, J., CHIESA, T.: **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.**, World Economic Forum, Geneva, 2013, p. 96.-330.

Prema ovome izvješću, tri od četiri države koje čine regiju Bodenskog jezera nalaze se na samome vrhu ljestvice. Naime, Švicarska je na prvome mjestu po konkurentnosti u području putovanja i turizma, a odmah nakon nje slijede Njemačka i Austrija koje su na drugome, odnosno trećeme mjestu. Kneževina Lihtenštajn nije uključena u ovo izvješće te se iz tog razloga ne nalazi u gore navedenoj tablici.

4. REGIJA BODENSKOG JEZERA

Regija Bodenskog jezera zauzima prostor veličine 14.797 kvadratnih kilometara koju naseljava 3,9 milijuna stanovnika, prema podacima iz 2009. godine. U posljednjih dvanaest godina primjetan je porast broja stanovnika za devet posto, a predviđa se da će 2020. godine broj stanovnika sa današnjih 3,879 milijuna narasti na 4,044 milijuna.⁴⁷ Zbog visokog stupnja kvalitete života, ovo područje gusto je naseljeno. Gustoća naseljenosti u prosjeku iznosi 228 stanovnika na kilometar kvadratni.⁴⁸

Tablica 6: Broj stanovnika regije Bodenskoga jezera po državama (2004.)

Država	Broj stanovnika (u mil.)
Švicarska	2,03*
Austrija	0,36
Njemačka	1,17
Lihtenštajn	0,04
UKUPNO:	3,6

Izvor: izradio autor prema N.N.: **Im Fokus – die Regio Bodensee**, Internationale Bodenseekonferenz im Rahmen des Projekts „Statistikplattform Bodensee“, Konstanz, 2007., p. 16.

Unutar regije postoje velike razlike u gustoći naseljenosti pa je tako najgušća naseljenost u gradu Zürichu gdje iznosi 3.900 stanovnika na jednom kvadratnom kilometru. Za razliku od Züricha, planinska područja Allgäu i Sigmaringen imaju najmanju gustoću naseljenosti u regiji Bodenskoga jezera.⁴⁹

⁴⁷The International Lake Constance Region in Figure, www.statistik-bodensee.org (04.12.2014.)

⁴⁸Im Fokus – die Regio Bodensee, op. cit. p. 16.

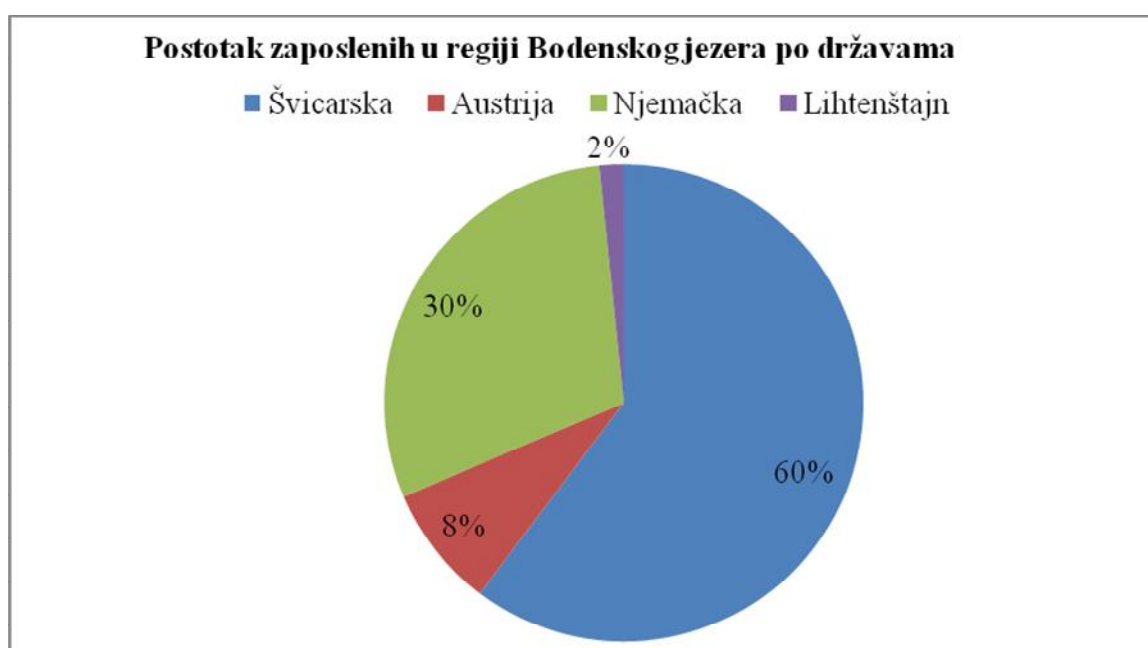
⁴⁹Im Fokus – die Regio Bodensee, op. cit. p. 17.

* Od ukunog broja stanovnika regije Bodenskoga jezera na području Švicarske, 1.2 milijuna stanovnika živi u kantonu Zürich.

4.1. Gospodarstvo

Regiju Bodenskog jezera, kao što je poznato, čine Švicarska, Austrija, Njemačka i Lihtenštajn. Sve su to države koje imaju vrlo razvijena gospodarstva. Ekonomije ovih zemalja jedne su od najboljih u Europi, ali i u svijetu. U ovome poglavlju obrađuje se gospodarstvo regije Bodenskog jezera.

Graf 1: Postotak zaposlenih u regiji Bodenskog jezera po državama (2005.)



Izvor: izradio autor prema: Im Fokus – die Regio Bodensee, Internationale Bodenseekonferenz im Rahmen des Projekts „Statistikplattform Bodensee“, Konstanz, 2007., p. 37.

Kao što prikazuje Graf 1, od ukupno 1.844.367 zaposlenih u regiji, u Švicarskom dijelu regije zaposleno je 1.112.000 radnika, odnosno šezdeset posto. U njemačkom dijelu zaposleno je 549.000 ljudi, u Voralbergu 153.000, dok je u Lihtenštajnu 30.367 zaposlenih. Promatrajući tržište rada po gradovima i detaljnijim kriterijima, zaključuje se kako je najveći broj osoba zaposlen u Zürichu, čak četrdeset posto od ukupno zaposlenog stanovništva regije.⁵⁰

Gospodarstvo regije usmjereno je najviše na uslužni, odnosno tercijarni sektor. Prema podacima iz 2011. godine, u uslužnom sektoru bilo je zaposleno 71,67 posto radno

⁵⁰Im Fokus – die Regio Bodensee, op. cit. p. 37.

sposobnog stanovništva. Nadalje, u sekundarnom sektoru zaposleno je 26,1 posto, dok je u primarnom sektoru zaposleno samo 2,4 posto stanovništva.⁵¹

Tablica 7: Broj zaposlenih u regiji Bodenskoga jezera po industrijama (2011.)

Industrija (sektor)	Broj zaposlenih (u tisućama)	Udio (%)
Prodaja, transport, hotelijerstvo, ugostiteljstvo, informacije i komunikacije (sektor 3)	572	26,8
Obrazovanje i zdravstvo (sektor 3)	531	24,9
Financije, osiguranja, poslovanje nekretninama (sektor 3)	423	19,8
Proizvodnja (sektor 2)	400	18,8
Građevina (sektor 2)	136	6,4
Poljoprivreda i šumarstvo, ribolov (sektor 1)	50	2,4
Rudarstvo, elektroprivreda, vodoprivreda (sektor 2)	20	0,9

Izvor: izradio i preveo autor prema: **The International Lake Constance Region in Figure**, www.statistik-bodensee.org(04.12.2014.)

Prema statističkim podacima iz 2011. godine, BDP regije Bodenskog jezera iznosi 205 bilijuna eura, odnosno 253 bilijuna švicarskih franaka. Razlikuje se ovisno o državi, primjerice na području Švicarske BDP je najveći u regiji i iznosi 148 bilijuna eura, dok je najmanji u Lihtenštajnu gdje iznosi četiri bilijuna eura. No, zanimljiva je činjanica da je BDP regije veći od BDP-a Finske koji je 2011. godine iznosio 189 bilijuna eura. Bruto društveni proizvod per capita, odnosno po stanovniku, iste te godine za regiju Bodenskoga jezera iznosio je 53 tisuće eura.⁵²

⁵¹The International Lake Constance Region in Figure, www.statistik-bodensee.org (04.12.2014.)

⁵²The International Lake Constance Region in Figure, www.statistik-bodensee.org (04.12.2014.)

4.2. Turizam

Kao što je prethodno u tekstu već mnogo puta navedeno, turistička regija Bodenskog jezera privlačno je i poznato odredište za turističko putovanje. Čak devedeset posto stanovnika Njemačke zna za Bodensko jezero, a 88 posto njih ga je barem jednom posjetilo u turističke svrhe.⁵³

Brojna raznolika turistička odredišta, bogata ponuda, priroda i bajkoviti krajolik, kao i gostoljubivost samo su neki od atributa koji najbolje opisuju turističku ponudu Bodenskog jezera. Njegova posebnost leži u činjenici da na jednom području možete uživati uz obale jezera, u urbanom središtu grada ili pak na visokim planinama. Razlozi su to zbog kojih turisti u ovu regiju dolaze u svako doba godine i zadržavaju se dulje nego u nekim drugim destinacijama. Tijekom ljetnih mjeseci najposjećeniji je njemački dio regije, ponajviše prostor oko gradova Konstanz i Friedrichshafen. Na tom području u ljetnoj sezoni se u prosjeku ostvaruje oko 54 posto ukupnih noćenja u regiji.⁵⁴

Tablica 8: Broj ostvarenih turističkih noćenja i dolazaka te ostvareni prihod 2011. godine

Regija Bodenskog jezera	Turistička noćenja (2011.)		Turistički dolasci (2011.)	
	Broj noćenja	Prihod (u €)	Broj dolazaka	Prihod (u €)
Njemačka	5.600.000	716.800.000,00	25.000.000	702.500.000,00
Švicarska	800.000	102.400.000,00	5.000.000	140.500.000,00
Austrija	900.000	111.800.000,00	2.000.000	56.200.000,00
UKUPNO:	7.300.000	931.000.000,00	32.000.000	899.200.000,00

Izvor: Izradio i preveo autor prema: „Tourismus am Bodensee – die Ausgangslage,

<http://www.bodensee.eu/en/pressebereich/presstexte> (04.12.2014.)⁵⁵

Iz tablice se jasno vide turistički rezultati ostvareni u 2011. godini po pojedinim zemljama, kao i ukupni rezultati cijele turističke regije Bodenskog jezera. Njemački dio regije ostvaruje

⁵³BÖTTCHER S., SCHULZ J.: *Tourismus in der Euregio-Bodensee – Eine deskriptive Analyse*, Internationale Bodenseekonferenz, Konstanz, 2005., p.12.

⁵⁴BÖTTCHER S., SCHULZ J.: op. cit.p.13.

⁵⁵*Tourismus am Bodensee – Die Ausgangslage*,<http://www.bodensee.eu/en/pressebereich/presstexte> (04.12.2014.)

najviše dolazaka i noćenja, a shodno tomu i prihoda. Ta činjenica je logična jer moramo uzeti u obzir da taj isti dio zauzima najveću površinu ukupne regije, ali i da se na tom području nalaze najveći gradovi. Iako u ovaj izračun nisu ubrojene turističke brojke ostvarene u Lihtenštajnu, radi se o velikim ostvarenim prihodima. Dakle, u 2011. godini turisti su potrošili 1.800.000.000,00 eura. Može se zaključiti kako su turisti na Bodenskom jezeru dobri potrošači, no vrlo je važno i to da imaju brojne i raznolike sadržaje na koje mogu trošiti.⁵⁶

Turisti koji ostvaruju turistička kretanja u regiji Bodenskog jezera pretežno dolaze iz Njemačke, njih čak 85 posto. Nadalje, deset posto turista su Švicarke i Švicarci, tri posto gostiju dolazi iz neke od austrijskih pokrajina, dok ostalih dva posto turista dolazi iz ostatka svijeta. Turističku regiju Bodenskog jezera čini više država, no sve one povezane su i turistima nude jedinstveni proizvod. Ipak, gledajući udio turista može se zaključiti kako preko 95 posto čine domaći gosti, odnosno gosti iz neke od država regije.⁵⁷

Jedan od važnijih koraka u poslovanju na turističkom tržištu jest znati ciljno tržište za proizvod. Vrlo važnu ulogu u tome imaju turističke organizacije iz regije koje su vrlo ažurne u istraživanju tržišta. Prema istraživanjima, prevladavaju parovi i obitelji s udjelom od 45, odnosno 32 posto. Većina turista koji posjećuju Bodensko jezero su u dobnoj skupini od 31 do pedeset godina i čine 40 posto ukupnih gostiju. Nakon njih, turisti iz dobne skupine od 51 do sedamdeset godina starosti imaju udio od 35 posto. To su turisti željni mira, dobre hrane i ugodne atmosfere. Sve te zahtjeve, ali i neke druge, sadrži turistička ponuda regije Bodenskog jezera. Turisti koji posjećuju ovu regiju prepoznali su to i stoga se u destinacijama regije zadržavaju dosta dugo. Preko 70 posto turista zadrži se barem četiri noći, odnosno pet dana, ali još više iznenađuje podatak da se 42 posto gostiju zadrži i dulje od tjedan dana. Regija Bodenskog jezera može mnogim turističkim zemljama poslužiti kao vrlo dobar primjer kvalitetnog turizma baziranog na prirodi, raznolikom sadržaju, dobrim strategijama, marketingu i ostalim stvarima.⁵⁸

⁵⁶PAHL-HUMBERT, D.: **Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee**, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Konstanz, 2009., p.6.

⁵⁷PAHL-HUMBERT, D.:op. cit. p.7.

⁵⁸PAHL-HUMBERT, D.:op. cit. p.8.

4.3. Najpoznatija turistička odredišta regije Bodenskog jezera

Friedrichshafen

Grad Friedrichshafen smjestio se na njemačkoj obali Bodenskog jezera. Iako relativno malen grad, u povijesti je zapisan kao grad u kojemu je testiran prvi zeppelin. Ferdinand von Zeppelin svoju ideju o letjelici „lakšoj od zraka“ proveo je u djelo 1900. Godine kada je u Friedrichshafenu testirao prvi model zeppelina LZ-1. Veliki broj ovih letjelica predstavljen je u muzeju „Zeppelin und Bodensee Museum“. Svjetski poznati muzej zeppelina bilježi veliku posjećenost koja je rezultat bogate stalne izložbe zeppelina i filmske arhive. Ove letjelice su ubrzo postale vrlo popularne, a i danas privlače pozornost gdje god se pojave, kako u muzeju, tako i u zračnom prostoru regije.⁵⁹

Meersburg

Romantični gradić Meersburg smješten je samo 16 kilometara od Friedrichshafena. Jedna od najvažnijih znamenitosti je „Altes Schloss“, dvorac u kojemu je jedan dio svojega života provela najveća njemačka pjesnikinja Anette von Droste-Hülshoff. Nakon renoviranja, dvorac je dobio status muzeja u kojemu je, u originalu, sačuvana soba pjesnikinje koja uz ostale muzejske dvorane prezentira pjesme i cjelokupan književni rad ove znamenite pjesnikinje.⁶⁰

Konstanz

Na obalama glavnoga dijela Bodenskog jezera, dijela Obersee, nalazi se Konstanz. Zahvaljujući tomu što se smjestio uz samu granicu sa Švicarskom, Konstanz nije bombardiran ni u jednom ratu i do danas je sačuvao izvoran izgled. U razdoblju od 1414. do 1418. godine, u Konstanzu se održavao crkveni koncil, što je ovaj, do tada nepoznati, gradić uvelike proslavilo. U četiri godine održavanja koncila, Konstanz je posjetilo 72 000 posjetitelja, među kojima su bili i najveći vladari i moćnici tadašnjice. Danas, Konstanz je važno turističko odredište na Bodenskom jezeru poznato po kulturnim znamenitostima i

⁵⁹MCLACHLAN, G.: op. cit.p. 248.-249.

⁶⁰MCLACHLAN, G.: op. cit.p. 249.-250.

festivalima. Vrlo važan festival je „Seenachtsfest“, festival vatrometa na Bodenskom jezeru koji se održava svake godine u kolovozu i privlači velik broj posjetitelja iz regije, ali i šire.⁶¹

Otoci Bodenskog jezera

Jedan od dva otoka u Bodenskom jezeru, otok Mainau prostire se na 45 hektara površine. Ovaj „otok cvijeća“, kako ga mnogi zovu u narodu, nalazi se u dijelu Überlinger See. Egzotičan je to otok na kojemu se nalazi veliki broj vrtova, voćnjaka i raskošnih skulptura od biljki. Drugi otok Bodenskoga jezera, Reichenau, ima 4,5 kilometara dužine i kilometar i pol širine. Reichenau je uvelike poznat po knjižnicama u kojima se čuvaju vrijedne stare knjige i spisi, ali i po samostanima u kojima se nalaze vrijedne, bogato oslikane freske.⁶²

Slika 9: Reichenau - jedan od dva otoka u Bodenskom jezeru



Izvor: **Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee zur Optimierung des Destinationsmanagement**, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Konstanz, p. 4.

⁶¹MCLACHLAN, G.: op. cit. p. 253.-256.

⁶²MCLACHLAN, G.: op. cit.p. 256.-257.

Sankt Gallen

Između Bodenskog jezera i istinskog švicarskog prostora Appenzella smjestio se Sankt Gallen, grad koji ima dugu tradiciju u području umjetnosti i industrije. Ovim malim gradićem dominira katedrala koja je ujedno i zaštićena pod UNESCO-om. Brojni turisti koji posjećuju ovaj grad iz široke ponude atrakcija mogu birati tradicionalne i moderne. U samoj stroj gradskoj jezgri nalazi se mnoštvo malih uličica kojima dominiraju bogato ukrašeni balkoni strai i preko tisuću godina, a samo nekoliko desetaka metara izvan centra nalaze se poslovni i urbani kompleksi s dizajnerskim potpisom. Neke od najvažnijih znamenitosti ovoga grada su episkopalni kompleks koji se nalazi na Listi svjetske baštine UNESCO-a, dizajnerski trg Roterplatz, tvornica čokolade Schoggiland, brojni muzeji i festivali, kao i restorani u kojima se poslužuju tradicijski švicarski specijaliteti.⁶³

Bregenz

Jedini veći austrijski grad na obalama Bodenskog jezera, Bregenz, može se pohvaliti brojnim kulturnim i prirodnim znamenitostima. Festspielhaus Bregenz jedna je od najmodernijih kazališnih pozornica na svijetu dijelom smještena na kopnu, dijelom na jezeru. Na ovim kazališnim daskama igraju se najpoznatije predstave popraćene najmodernijom tehnologijom i impresivnom scenom. Nedaleko kazališta nalazi se još jedna kulturna ustanova koja odiše suvremenosti, Kunsthaus⁶⁴ Bregenz. Godišnje ovu kuću umjetnosti posjeti i do 65.000 posjetitelja koji uživaju u brojnim izlozbama velikih svjetskih umjetnika. Dakle, riječ je o destinaciji koja se bazira na kulturnom turizmu u sklopu kojega turistima nudi i mogućnosti za zabavu, adrenalin i upoznavanje gastronomskih delicija.⁶⁵

Schaffhausen

Schaffhausen je grad bogate povijesti i tradicije. Turistička ponuda sastoji se prvenstveno od slapova Rajne koji privlače tisuće posjetitelja. Uz slapove, turisti najčešće posjećuju utvrdu Munot iz 16. stoljeća smještenu na vrhu stare gradske jezgre. Ulicama Schaffhausena dominiraju bogato uređene fasade i brojne fontane. Ova destinacija prepoznala je potrebu

⁶³St. Gallen, <http://www.myswitzerland.com/de/st-gallen.html> (31.03.2015.)

⁶⁴Kunsthaus u prijevodu znači **kuća umjetnosti**.

⁶⁵Bregenz – das Mehr am See, <http://www.bregenz.travel/home/>(31.03.2015.)

turista za kupovinom, stoga se u Schaffhausenu nalaze brojne trgovine koje nude odjeću i obuću visoke mode, ali i tradicionalnu odjeću karakterističnu za to područje. U okolici Schaffhausena smješteni su hektari brdovitih vinograda na kojima se uzgajaju kvalitetne sorte vina od kojih se izdvaja hladno desertno vino rađeno od smrznutog grožđa.⁶⁶

⁶⁶Schaffhausen, <http://www.myswitzerland.com/de/schaffhausen.html>(31.03.2015.)

5. ZAKLJUČAK

Završni rad “Bodensko jezero kao turistička regija” pruža detaljan uvid u regiju *Bodensee* kroz uvod, tri glavna poglavlja, zaključak te sažetak na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. U ovome radu najveći je naglasak stavljen na geografski, kulturološki te gospodarski značaj Bodenskog jezera i okolnih područja koja čine jedinstvenu regiju.

Bodensko jezero drugo je najveće alpsko jezero koje se sa svojih 539 kvadratnih kilometara površine svrstava se u sam vrh ljestvice najvećih europskih jezera. Predstavlja prirodnu granicu između Švicarske, Njemačke i Austrije no njegova obala više povezuje obalna mjesta navedenih država nego što ih razdvaja.

Iako nema granicu na obalama Bodenskoga jezera, Kneževina Lihtenštajn zajedno sa Švicarskom, Njemačkom i Austrijom čini regiju Bodenskog jezera koja se prostire na 14.797 kvadratnih kilometara. Najgušće naseljeno područje regije švicarski su kantoni Zürich, Schaffhausen, Thurgau, Appenzell Innerrhoden, Appenzell Ausserrhoden te kanton Sankt Gallen, a zatim i okruzi njemačkih pokrajina Baden-Württemberg i Bavarske, okrug Sigmaringen, Konstanz, Bodenseekreis, Ravensburg, Oberallgäu te okrug Lindau. Austrijska pokrajina Voralberg i Kneževina Lihtenštajn imaju najmanji udio u površini i stanovništvu regije, no vrlo su bitni čimbenici razvoja.

Ekonomije zemalja regije poznate su kao jedne su od najboljih u Europi, ali i u cijelom svijetu. Svaka od ovih država može se pohvaliti visokom razinom gospodarskih aktivnosti, gospodarskom, političkom i financijskom stabilnošću te visokom stopom investicijskih ulaganja. Prethodno navedeno odlikuje i samu regiju *Bodensee* koja većinu gospodarskih aktivnosti ostvaruje u tercijarnom sektoru. Naime, u uslužnom sektoru 2011. godine radilo je čak preko sedamdeset posto radno sposobnog stanovništva u djelatnostima poput prodaje, financija, hotelijerstva, komunikacija, ugostiteljstva i ostalih. Iste te godine, BDP regije iznosio je 205 bilijuna eura, odnosno 253 bilijuna švicarskih franaka što je više od BDP-a Finske koji je iste te godine iznosio šesnaest bilijuna eura manje od BDP-a regije.

Mnogobrojna turistička odredišta, raznovrsna ponuda, očuvana priroda, živopisan krajolik, bogata tradicija, gastronomija i gostoljubivost samo su neki od atributa turističke ponude Bodenskoga jezera. Destinacije uz jezero, one u urbanom središtu grada ili pak one na

visokim planinama, zahvaljujući izvrsnoj prometnoj infrastrukturi, dostupne su u kratkom vremenskom roku.

Turisti koji borave u regiji Bodenskoga jezera pretežno su stanovnici Njemačke, njih čak preko osamdeset posto. Samo dva posto turista dolazi iz područja koja nisu dio regije te je očita koncentracija na domaći turizam, odnosno domicilno stanovništvo. Iz statističkih podataka jasno je vidljivo kako su jako dobri potrošači koji svoj boravak često produžuju, ali i ponavljaju. Izrazito veliki dio turista vraća se na obale Bodenskoga jezera te samim time potvrđuju status kvalitetne turističke destinacije kojime se može pohvaliti cijela regija.

Regija Bodenskog jezera može mnogim turističkim zemljama poslužiti kao vrlo dobar primjer razvoja kvalitetnog turizma baziranog na prirodi, raznolikom sadržaju, dobrim strategijama i marketingu. Iz svega navedenoga možemo zaključiti kako ova regija, bez obzira na teritorijalni ustroj i granice, postiže zavidne turističke rezultate. Ovo je primjer održive destinacije koja svoju ponudu temelji na prirodnim i kulturnim vrijednostima, istovremeno čuvajući resurse za buduće generacije.

SAŽETAK

Bodensko jezero kao turistička regija

U ovom radu predstavljena je regija Bodenskog jezera u okvirima zemljopisnog, kulturnog, a posebice gospodarskog značaja. Naglasak je na turizmu i turističkoj ponudi navedene destinacije, no budući da se destinacija ne može promatrati samo kroz turističke pokazatelje, u radu su predstavljeni i ostali segmenti gospodarstva regije koji zajedno čine cjelinu, odnosno karakteriziraju jedinstvenu regiju, regiju Bodenskog jezera.

Nakon kratkog uvoda u rad, navedene su najvažnije činjenice o samome jezeru *Bodensee* koji čini srž ove regije te služi kao njezin pokretački faktor. Regiju čine šest švicarskih kantona, okruzi njemačkih pokrajina Baden-Württemberg i Bavarske, austrijska pokrajina Voralberg te Kneževina Lihtenštajn. Nadalje, svaka od navedenih teritorijalnih jedinica regije ukratko je predstavljena te istaknuta njezina povezanost s jezerom.

Naposljetku su prikazane sveukupne gospodarske aktivnosti regije među kojima se ističu djelatnosti tercijarnog sektora, tj. djelatnosti izravno povezane s turizmom. Regija Bodenskog jezera veliki je turistički potencijal s postojećim temeljima za razvoj kvalitetnog turizma.

Uzimajući u obzir različite teritorijalne, političke, kulturne i gospodarske karakteristike može se zaključiti da ova regija ostvaruje zavidne turističke, ali i sveukupne gospodarske rezultate. To se može primijetiti kroz statističke pokazatelje koji se odnose na visok broj ostvarenih noćenja što rezultira visokom stopom zaposlenih u uslužnom sektoru. Veoma zanimljiva činjenica jest da taj visok broj noćenja ostvaruje upravo „domaće“ stanovništvo koje prepoznaje sve posebnosti koje pruža ova regija sačinjena od velikog broja mikrodestinacija koje skladno djeluju kao makrodestinacija.

Ključne riječi: Bodensko jezero, gospodarstvo, turizam, turisti, potencijal, kvaliteta, mikrodestinacija, makrodestinacija

SUMMARY

Lake Constance as a tourist destination

In this thesis, the region of Lake Constance is presented in terms of geographical, cultural and especially economic significance. The emphasis is on tourism and tourism supply of the aforementioned destinations. Since the destination cannot be observed only through tourism indicators, the thesis presents other segments of the region's economy as well, which forms an entity, and is characterized by a unique region, the region of Lake Constance.

After a short introduction the most important facts about Lake Constance are given, which is at the heart of the region and serves as its driving factor. The region consists of six Swiss cantons, districts of the German province of Baden-Württemberg and Bavaria, the Austrian province of Vorarlberg and the Principality of Liechtenstein. Furthermore, each of these territorial units of the region is briefly presented and their connection to the lake is highlighted.

From the overall presented economic activities of the region, the tertiary sector, i.e. activities directly related to tourism are emphasized. The region of Lake Constance has great touristic potential with existing foundations for developing quality tourism.

Considering all the different territorial, political, cultural and economic characteristics, it can be concluded that the region achieved remarkable touristic, but also overall economic results. This can be seen through statistics which refer to the high number of overnight stays resulting in a high rate of employees in the service sector. A very interesting fact is that the high number of nights is achieved by "locals" who recognize all the features offered by this region made up of a large number of micro-destinations which harmoniously act as macro-destination.

Key words: Lake Constance, economy, tourism, tourists, potential, quality, micro-destination, macro-destination

ZUSAMMENFASSUNG

Der Bodensee als touristisches Reiseziel

In dieser Arbeit wurde die Bodenseeregion im Rahmen der geografischen, kulturellen und vor allem wirtschaftlicher Bedeutung vorgestellt. Der Schwerpunkt liegt auf dem Tourismus und touristischem Angebot der oben genannten Reiseziele, doch da das Reiseziel nicht nur durch touristische Faktoren betrachtet werden kann, präsentiert diese Arbeit auch andere Segmente der Regionswirtschaft, die zusammen eine einzigartige Region, die Bodenseeregion, bilden.

Nach einer kurzen Einführung in die Arbeit werden die wichtigsten Tatsachen über den Bodensee angegeben, die den Mittelpunkt der Region bilden als ihr Antriebsfaktor dient. Die Region besteht aus sechs Schweizer Kantonen, Bezirken der deutschen Bundesländer Baden-Württemberg und Bayern, dem österreichischen Bundesland Vorarlberg und dem Fürstentum Liechtenstein. Darüber hinaus werden alle diese Gebietseinheiten der Region kurz vorgestellt und deren Verbindung zum See hervorgehoben.

Schließlich wurden die gesamten Wirtschaftstätigkeiten in der Region angegeben, unter denen die Tätigkeiten des tertiären Sektors hervorgehoben werden, bzw. Tätigkeiten, die direkt im Zusammenhang mit dem Tourismus sind. Die Bodensee Region hat ein großes touristisches Potenzial mit den bestehenden Grundlagen für die Entwicklung von Qualitätstourismus.

Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen territorialen, politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Eigenschaften kann beschlossen werden, dass die Region bemerkenswerte touristische wie auch wirtschaftliche Gesamtleistungen erreicht hat. Dies kann durch statistische Indikatoren betrachtet werden, die im Zusammenhang mit der hohen Anzahl an Übernachtungen sind und dadurch entsteht eine hohe Beschäftigungsrate im Dienstleistungssektor. Eine sehr interessante Tatsache ist, dass die hohe Anzahl der Nächtigungen nur von Einheimischen realisiert wird. Genau sie erkennen alle Besonderheiten dieser Region, die aus vielfältigen Mikrodestinationen besteht, die harmonisch als eine Makrodestination handelt.

Schlüsselwörter: Bodensee, Wirtschaft, Tourismus, Touristen, Potential, Qualität, Mikrodestination, Makrodestination

POPIS LITERATURE

Pisana literatura:

- BILOŠ, A.: **Organizacija turizma Njemačke**, Diplomski rad, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
- BLANKE, J., CHIESA, T.: **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013**, World Economic Forum, Geneva, 2013.
- BÖTTCHER S., SCHULZ J.: **Tourismus in der Euregio-Bodensee – Eine deskriptive Analyse**, Internationale Bodenseekonferenz, Konstanz, 2005.
- GEIGER. M., HERBERT P.: **Obst vom Bodensee**, TERRA Erdkunde 5, Realschule Baden-Wurtember, Stuttgart, 1992.
- German National Tourist Board: **Incoming – Tourism Germany: Facts and Figures 2013.**, German National Tourist Board, Frankfurt am Mein, 2014.
- GSTHÖL, E.: **Fürstentum Liechtenstein**, Alpenland Verlag, Schaan, 2006.
- HAMMERL, M., GATTENHOEHNER, U.: **Lake Constance/Bodensee**, Bodensee Stiftung, Konstanz, 2003.
- HELD, N.: **Performance der Schweizer Ausflugsdestinationen**, BAK Basel Economics AG, Basel, 2014.
- **Im Fokus – die Regio Bodensee**, Internationale Bodenseekonferenz im Rahmen des Projekts „Statistikplattform Bodensee“, Konstanz, 2007.
- KRPAN, T.: **Die Alpenländer- Österreich, die Schweiz und Liechtenstein**, nastavni materijal, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilište u Zadru, 2011.
- MATECKI, U: **Dreimal Deutsch**, Ernst Klett Sprachen, Stuttgart, 2008.
- MCLACHLAN, G.: **Germany-the rough guide**, The Rough Guides, London, 1992.
- PAHL-HUMBERT, D.: **Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee**, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Konstanz, 2009.
- **Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee zur Optimierung des Destinationsmanagement**, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Konstanz, 2010.
- **Tatsachen über Deutschland**, Societäts-Verlag, Frankfurt am Main, 2010.

Internet izvori:

- **Arbeitsmarkt**, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/arbeitsmarkt/index.html (08.03.2015.)
- **Bank Austria**, <http://www.bankaustria.at/rechner-wohnbaufoerderungrechner.jsp> (08.03.2015.)
- **Bodensee Ferien**, www.bodenseeferien.de (24.01.2015.)
- **Bodensee-Solarschiff HELIO feiert 10-jähriges Jubiläum mit viel Prominenz**, <http://www.bodensee-woche.de/bodensee-solarschiff-helio-feiert-10-jaehriges-jubilaeum-mit-viel-prominenz-27310/> (08.03.2015.)
- **Bregenz – das Mehr am See**, <http://www.bregenz.travel/home/> (31.03.2015.)
- **Die Bodensee – Schifffahrt**, <http://www.bsb-online.com/files/bsb/downloads/Fahrplan/Fahrplan%E2%80%932015-Web.pdf> (08.03.2015.)
- **Die Welt auf dem See**, <http://www.bodenseeschifffahrt.at/sonnenkoenigin> (08.03.2015.)
- **The complete guide to Lake Constance**, www.independent.co.uk/travel/europe/thecomplete-guide-to-lake-constance (02.12.2014.)
- **Facts and figures 2015 – Liechtenstein**, http://www.liechtenstein-business.li/fileadmin/Dateiliste/wirtschaft-li/Dokumente/Downloads/Presentation_Facts_and_Figures_2015_4_3.pdf (30.03.2015.)
- **Family Destination**, http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=935 (28.03.2015.)
- **Incoming- Tourism Germany**, http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Incoming_GTM13_en_web.pdf (29.03.2015.)
- **Izvrješće konkurentnosti turizma i putovanja 2013.**, <https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CC4QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.konkurentnost.hr%2Figs.axd%3Ft%3D16%26id%3D417&ei=gRxSVfmxGIKSsgHyy4GACg&usq=AFQjCNG33Ud93-Ljqhci5ICVZyIL6MUReA&bvm=bv.92885102,d.bGg&cad=rja> (29.03.2015.)

- **Schaffhausen**, <http://www.myswitzerland.com/de/schaffhausen.html> (31.03.2015.)
- **Sonnenkönigin Galerie**, <http://www.sonnenkoenigin.cc/> (08.03.2015.)
- **St. Gallen**, <http://www.myswitzerland.com/de/st-gallen.html> (31.03.2015.)
- **Statistical Data on Switzerland – Statistical Yearbook 2014.**,
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/publikationen.Document.176873.pdf>
(28.03.2015.)
- **Statistik Austria: Tourismus**,
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/(04.12.2014.)
- **Statistik Bodensee**, www.statistik-bodensee.org(04.12.2014.)
- **The International Lake Constance Region in Figure**, www.statistik-bodensee.org
(04.12.2014.)
- **Tourismus am Bodensee – Die Ausgangslage**,
<http://www.bodensee.eu/en/pressebereich/presstexte> (04.12.2014.)
- **Tourismus-Sattelitenkonto (TSA)**,
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/tourismus-satellitenkonto/index.html
(08.03.2015.)
- **Qualitäts-Programm**, http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=940
(28.03.2015.)
- **Wein vom Bodensee**,<http://www.bodensee.de/erleben/genuss/regionales/wein-vom-bodensee/> (08.03.2015.)
- **Weinregion Bodensee**, <http://www.weinregion-bodensee.com/karte/> (08.03.2015.)
- **World Economic Forum**, <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013> (29.03.2015.)

POPIS TABLICA

Tablica	Stranica
1. Opće informacije o Bodenskom jezeru	2
2. Najveći gradovi u Njemačkoj i broj stanovnika (2009.)	11
3. Austrijski turizam u brojkama	14
4. Osnovni pokazatelji turizma Kneževine Lihtenštajn	17
5. Gospodarski profili država regije Bodenskog jezera u svjetskim okvirima	18
6. Broj stanovnika regije Bodenskoga jezera po državama (2004.)	20
7. Broj zaposlenih u regiji Bodenskoga jezera po industrijama (2011.)	22
8. Broj ostvarenih turističkih noćenja i dolazaka te ostvareni prihod 2011. godine	23

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1: Karta Bodenskog jezera s istaknutim većim gradovima	3
Slika 2: Vinogradarska poduzeća u regiji	4
Slika 3: Plan plovidbe na Bodenskom jezeru s istaknutim lukama	5
Slika 4: Brod Sonnenkönigin	6
Slika 5: Solarni brod HELIO	6
Slika 6: Regija Bodenskog jezera	7
Slika 7: Karta Švicarske s istaknutim najposjećenijim turističkim regijama	9
Slika 8: Karta Republike Austrije s istaknutim saveznim pokrajinama	13
Slika 9: Reichenau - jedan od dva otoka u Bodenskom jezeru	26
Graf 1: Broj zaposlenih u regiji Bodenskog jezera po državama (2005.)	21

OSOBNJE INFORMACIJE

Frane Jurjević

 I. M. Ronjgova 12a, 23 000 Zadar, Republika Hrvatska.

 091/901-4411

 frane_zd_93@hotmail.com

Spol|Muško| Datum rođenja|19/08/1993| Državljanstvo|Hrvatsko

Veljača 2016. - Listopad 2016.

Rezervacijski agent

FMTG Development GmbH, Columbusplatz 7-8, 1 100 Beč, Republika Austrija
(www.fmtg.com)

- Suradnja s domaćim i inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima;
- Prodaja paket aranžmana i rezervacija smještajnih jedinica u sklopu Falkensteiner hotela i rezidencija u Republici Hrvatskoj;
- Edukacija u sklopu "Falky Academy" programa: Upselling & Crossselling, Guest Orientation & Complaints Handling.

Djelatnost ili sektor|Hotelijerstvo

Veljača 2015. - Ožujak 2016.

Student Brand Manager

Red Bull d.o.o., Radnička cesta 41/VI, 10 000 Zagreb, Republika Hrvatska
(www.redbull.hr)

- Planiranje, promocija i organizacija evenata, promocija proizvoda, praćenje prodaje i udjela asortimana na tržištu, administrativni poslovi, suradnja s poslovnim partnerima;
- Član odbora za organizaciju Red Bull Air Race-a 2015., Wings for Life World Run-a 2015. i 2016., Red Bull Can You Make it 2016., Red Bull Sidrun 2015.

Djelatnost ili sektor|Marketing

Travanj 2013. - Listopad 2015.

Prodavač

Tele2 Centar, Murvička 1, 23 000 Zadar, Republika Hrvatska
(www.tele2.com)

- Informiranje kupaca o Tele2 proizvodima i uslugama;
- Prodaja Tele2 proizvoda i usluga;
- Rješavanje problema kupaca;
- Vođenje blagajne, raznih evidencija i priprema izvještaja;
- Održavanje dostatnih zaliha robe, obavljanje inventure.

Djelatnost ili sektor|Prodaja

Lipanj 2011. - Rujan 2012.

Unapređivač prodaje

AWT International, Slavenska Avenija, 10 000 Zagreb, Republika Hrvatska
(www.awt-international.com)

- Prijem robe;
- Kontrola i izlaganje asortimana;
- Kontinuirana kontrola kvalitete.

Djelatnost ili sektor|Trgovina

Listopad 2012. - Listopad 2016.

Prvostupnik kulture i turizma (bacc. turism. cult.)

Preddiplomski studij Kultura i turizam, Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Dr. Franje Tuđmana 24i, 23 000 Zadar, Republika Hrvatska (www.unizd.hr/tikz)

- Osnove informatike, socijalna psihologija, marketing, menadžment u kulturi, management u turizmu, engleski, talijanski i njemački jezik, odnosi s javnošću, poslovanje hotelijerske i ugostiteljske tvrtke, osnove ekonomike turizma, valorizacija i zaštita kulturne i prirodne baštine, poslovno komuniciranje

Listopad 2009. - Svibanj 2012.

Ekonomist

Ekonomsko – birotehnička i trgovačka škola Zadar, Antuna Gustava Matoša 14, 23 000 Zadar, Republika Hrvatska

- Engleski jezik, talijanski jezik, poduzetništvo, marketing, informatika, vježbenička tvrtka, osnove prava

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik Hrvatski jezik

Ostali jezici

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
Engleski jezik	C1	C1	C1	C1	C1
Njemački jezik	B2	C1	B2	B2	C1
Talijanski jezik	B1	B1	B1	B1	B1

Stupnjevi: A1/2: Temeljni korisnik - B1/B2: Samostalni korisnik - C1/C2 Iskusni korisnik
[Zajednički europski referentni okvir za jezike](#)

Komunikacijske vještine

- timski duh izgrađen kroz brojne radionice i seminare tijekom studija,
- dobre komunikacijske vještine stečene na radnom mjestu prodavača,
- empatija i snalažljivost u ophođenju s ljudima stečene kroz studij i rad, posebice u prodaji

Organizacijske / rukovoditeljske vještine

- organizacijske vještine stečene kroz vođenje studentskih projekata tijekom studija,
- izražena sposobnost prilagođavanja različitim situacijama i okruženjima stečene radom u prodaji.

Računalne vještine

- napredno poznavanje rada Microsoft Office paketa (Access, Word, Excel, PowerPoint),
- napredno poznavanje rada Windows OS-a, Reservation Assistant-a, Protel-a
- napredno poznavanje rada WiX programa,
- dobro snalaženje i pretraživanje baza podataka (ScienceDirect, Ebsco, Current Contents Connect, Google Scholar, SCOPUS, Web of Science i sl.),
- daktilografske vještine (QWERTZ i QWERTY)

Vozačka dozvola B

DODATNE INFORMACIJE

- Projekti**
- Član tima za pripremu i pisanje projekta međunarodnog studentskog natjecanja u osmišljavanju inovativnog hotelskog koncepta Adria Student Innovation Contest, Zagreb, Republika Hrvatska (studenj 2014. – veljača 2015.)
 - Član tima za pripremu i pisanje projekta međunarodnog studentskog natjecanja za osmišljavanje inovativne sportske ponude za nacionalni park – Turizmijada, Budva, Crna Gora (svibanj 2014.)
 - Član tima za pripremu i pisanje rada na studentskom natjecanju Case Study za Boutique Hostel Forum, Zadar (svibanj 2013.)
 - Planiranje i organizacija stručnog putovanja za Odjel za turizam i komunikacijske znanosti (Austrija, Njemačka, Švicarska, Lihtenštajn i Italija)
- Priznanja i nagrade**
- Finale međunarodnog studentskog natjecanja u osmišljavanju inovativnog hotelskog koncepta Adria Student Innovation Contest, Zagreb, Republika Hrvatska (veljača, 2015.)
 - Osvojeno prvo mjesto na međunarodnom studentskom natjecanju za osmišljavanje inovativne sportske ponude za nacionalni park - Turizmijada, Budva, Crna Gora (svibanj, 2014.)
 - Osvojeno prvo mjesto na studentskom natjecanju Case Study za Boutique Hostel Forum, Zadar (svibanj, 2013.)
- Tečajevi**
- Turistički pratitelj