

Executive Summary der Diplomarbeit

„Strukturanalyse und Entwicklungspotential des Tourismus auf der griechischen Insel Santorini“

zur Erlangung des akademischen Grades einer Diplom-Geographin

vorgelegt von: Karina Kabacinski Juli 2011

Einleitung

A tiny speck of an island in the broad expanse of the Mediterranean is drowning with tourists.

[REILLY 2004 – über die Zustände auf der Insel Santorini]

Die Kykladeninsel Santorini hat sich im letzten Jahrzehnt zu der beliebtesten Feriendestination in der Ägäis etabliert. Wie keine andere griechische Insel bedient Santorini die Bedürfnisse nach einem luxuriösen Urlaub und einer spektakulären Naturkulisse. Sie ist zur teuersten Insel der Ägäis geworden und ihre Hotels überbieten einander mit Auszeichnungen renommierter internationaler Hotelallianzen. Bilder ihres atemberaubenden Naturspektakels - der sich an den Kraterrand schmiegenden weißgetünchten Würfelhäuser und der Bucht mit dem Vulkan in ihrer Mitte - schmücken Hotel- sowie Lifestyle-Magazine und machen sie weltweit bekannt. Manche Wissenschaftler behaupten gar, in ihrer Bucht würde sich das sagenumwobene Atlantis befinden (vgl. ROMANOS 2004, S. 30). Stars und Sternchen geben sich hier die Ehre und schauen gebannt wie hundert andere Besucher dem allabendlichen Spektakel des Sonnenunterganges in Oia zu. Im Osten der Insel genießen sie hingegen die entspannte Strandatmosphäre. Doch wie schon oben genanntes Zitat vermuten lässt, ist dies nur eine Seite des Tourismus auf Santorini. Dieser kleine Fleck Erde droht förmlich unter der Wucht seiner Touristen zu ertrinken. Zu den zahlreichen Flugzeugpassagieren gesellen sich immer mehr Touristen, die über den Seeweg Santorini erreichen. Der Kreuzfahrttourismus nimmt stetig zu und stellt Santorini vor enorme infrastrukturelle Probleme. Während der Hauptsaison steigen die Besucherzahlen mancherorts zu einer beklemmenden Menschendichte an, sodass Einheimische und Saisonarbeiter diese beliebten Orte meiden. In den Sommermonaten Juli und August ist das Leben auf der Insel charakterisiert durch hektische Kreuzfahrtpassagiere, genervte Händler, überlaufene Plätze und ein ständiges Gehupe und Gedränge auf den mit Reisebussen, Autos und Rollern verstopften und überbelasteten kleinen Straßen Santorinis. Dieses Bild entspricht auf den ersten Blick gar nicht der gängigen Vorstellung eines

Urlaubsparadieses. Darüber hinaus ist die Landschaft mancherorts durch massige Hotels oder Bauruinen entstellt, welche dem Verfall entgegensehen.

Problemstellung

Aus diesen Beobachtungen ergeben sich vier zentrale Fragestellungen, die den Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung bilden:

1. Wieso ist Santorini, trotz der oben beschriebenen Zustände, immer noch sehr beliebt bei den Touristen?
2. Wieso entstehen unaufhörlich neue Hotels, wenn doch gleichzeitig viele leer stehende Hotels die Landschaft *zieren* und viele Hoteliers sich über eine ungenügende Auslastung beschweren?
3. Wer kontrolliert und lenkt diese touristische Entwicklung?
4. Welchen Einfluss hat das *teure* Image Santorinis auf die Wahrnehmung der Touristen?

Um diesen Hauptfragestellungen nachzugehen, wurde ein multiperspektives Forschungsdesign gewählt. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden im Sommer 2009 113 Touristen mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens befragt. Als Ergänzung wurden acht leitfadengestützte Interviews mit einer ausgewählten Expertengruppe geführt.

Zielsetzung

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist, die Ansichten über die Wahrnehmung und Bewertung des touristischen Angebotes, seiner Infrastruktur und seiner Entwicklung anhand der Touristen- und Expertenaussagen zu untersuchen, sie zu vergleichen und ein Bild der aktuellen Situation sowie zukünftiger Entwicklungspotentiale zu zeichnen.

Gegenstand der Untersuchung

Gegenstand der Untersuchung im Jahre 2009 war die Erfassung der Wahrnehmungen und Bewertungen des touristischen Angebotes und der Infrastruktur der Insel Santorini. Hierfür wurden Touristen sowie Experten befragt. Es interessierte die getrennte Betrachtung und Analyse der Aussagen der jeweiligen Gruppen sowie die vergleichende Betrachtung und Analyse der einzelnen Standpunkte. Übereinstimmungen und Widersprüche innerhalb der Aussagen der Gruppen sollten somit ein Bild des heutigen Tourismus auf Santorini zeichnen und weiterführend Stärken und

Schwächen aufzählen. Ferner sollten sie auf zukünftige Problemfelder wie auch Potentiale hinweisen und Handlungsbedarf aufzeigen.

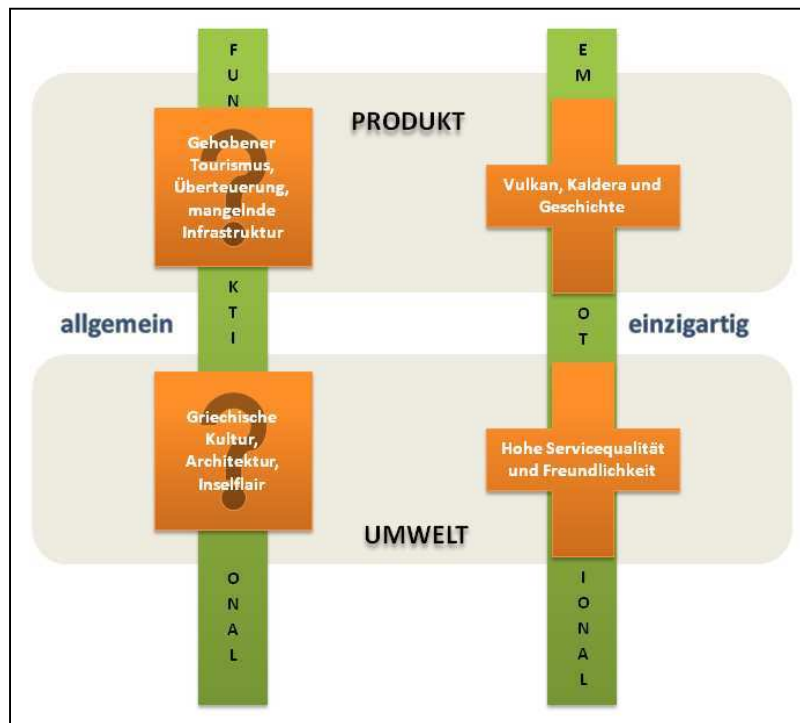
Ergebnisse

Die Auswertung der beiden Befragungen hat ergeben, dass die Experten die gegenwärtige Situation des Tourismus auf Santorini negativer wahrnehmen und ihr kritischer gegenüberstehen als die Touristen. Fühlen die Touristen sich lediglich ab und an von einzelnen Reisegruppen gestört, beklagen die Experten die ausufernde Entwicklung des Tourismus im Allgemeinen. Mit Aussagen wie „the island is overcrowded“, „the tourists are in a huge rush“ oder „there is no control“ malen sie eher ein Bild eines untergehenden Schiffes als das Bild jener Insel, die weltweit unter den Top 5 Destinationen einen Platz gefunden haben soll. Während die Experten die Qualität des Tourismus an der Faszination der Landschaft und den vielen 5* *Cliffside*-Hotels festmachen, die größten Schwächen aber im Bereich der Service-Qualität und der Ausbildung vieler Angestellter sehen, nehmen die Touristen gerade diese Punkte sehr positiv wahr. Sie schätzen besonders die Freundlichkeit der Angestellten und die Gastfreundschaft auf der Insel.

In Anlehnung an das Model der Komponenten eines Images von Echtner/Ritchie (1991, S. 40ff.) lässt sich das Image Santorinis wie folgt beschreiben:

Die emotionalen Produkt- und Umwelteigenschaften der Insel werden sehr hoch bewertet. Santorini wird nicht selten als eine von Sagen umwobene Insel verherrlicht (Atlantis), besitzt eine reiche Geschichte (Akrotiri und Alt Thira) und zieht vor allem aufgrund der Kaldera und dem Vulkan als zentrale Punkte ihrer Attraktivität die Aufmerksamkeit auf sich. Diese genannten Attraktionen besitzen das Potential, dem Gast ein einzigartiges und unvergessliches Erlebnis zu bereiten. Die Tatsache, dass diesem Vulkan und einem weiteren Unterwasservulkan an der Nordost-Spitze Santorinis bis heute Aktivität nachgewiesen wurde, macht einen Besuch auf der Insel zu einem reinen Spektakel. Auch wird die emotionale Umwelt von den befragten Touristen mit einer hohen Servicequalität und der Freundlichkeit der Angestellten sehr gut bewertet. Diese zwei Faktoren sind ein großer Pluspunkt für das Image und die Wahrnehmung von Santorini.

Abbildung: Komponenten des Images von Santorini



Quelle: Eigene Darstellung nach ECHTNER/RITCHIE 1991, S. 40ff.

Was jedoch im Dunkeln bleibt, sind die allgemeinen Produkt- und Umwelteigenschaften. Der gehobene Tourismus wurde zwar als positive, aber die damit einhergehende Preissteigerung als negative Veränderung wahrgenommen. Ein eklatantes Problem ist die unzureichende Infrastruktur der Insel. Die befragten Experten wünschen sich kaufkräftige individuelle Touristentypen, sind aber nur begrenzt in der Lage, eine entsprechende Infrastruktur zu schaffen. Ferner bemängelten Touristen sowie Experten den Verlust der traditionellen Kultur und der inseltypischen Kykladenarchitektur. Diese Darstellung des Images lässt sich sehr gut auf die tatsächliche Situation der Insel übertragen, denn die hohe Rückkehrquote und Empfehlungsrate bestätigen das starke Image Santorinis. Sie täuschen allerdings nicht über das Ungleichgewicht zwischen dem wahrgenommenen und dem tatsächlichen touristischen Produkt hinweg. Der Erfolg des Tourismus auf Santorini stützt sich allein auf eine Säule: die Faszination der Landschaft.

Schlussfolgerung

Santorini muss sich endlich von der Oberflächlichkeit ihrer Erscheinung lösen und moderne Ansätze des nachhaltigen Tourismus implementieren. Vor dem Hintergrund der nationalen Finanzkrise Griechenlands stellt sich auch hier die Frage, wie Santorini in den nächsten Jahren als Feriendestination verfahren wird. Vorteilhaft für sie ist jedenfalls, dass sie privatwirtschaftlich organisiert und somit weniger von der Finanzkrise Griechenlands betroffen ist. Der Tourismus darf

allerdings nicht, wie schon zu Beginn der Tourismusedwicklung in Griechenland in den 60er Jahren, als *Panacea* – ein aus der griechischen Mythologie entlehnter Begriff für ein Allheilmittel – angesehen werden (vgl. APOSTOLOPOULOS/SONMEZ 2001, S. 75). Denn schon 1985 litt der Tourismus in Griechenland im Zuge von Sparmaßnahmen, welche den *billigen* Massentourismus bekräftigten.

Ein großes Problem stellt auch der Geldfluss auf der Insel dar. Ein Großteil der Löhne und Einnahmen verbleibt durch den hohen Anteil der ausländischen Beschäftigten und der vielen nicht-einheimischen Unternehmer nicht auf der Insel. Die geringen Steuerbeiträge vermögen nicht die Last der Instandhaltung und Erneuerung der touristischen Infrastruktur zu halten. Der boomende Kreuzfahrttourismus verspricht nur einer Minderheit an Unternehmern Gewinn, für die Mehrheit ist er hingegen Ballast. Eine strenge Kontrolle der Ankünfte der Kreuzfahrtschiffe könnte diese Spannungen lösen. In Hinblick auf eine bessere Tourismusschulung kann dies nur von Seiten der Ausbildungsstätten in Form von Fortbildungen gelingen. Denn wie die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung gezeigt haben, werden schon während der Ausbildung nur wenige Vorzüge der nachhaltigen Tourismusedwicklung vermittelt. Griechenland muss landesweit seinen touristischen Lehrplan an die heutigen Ansprüche angleichen. Es sollte sich nicht, wie am Beispiel Santorinis und seiner starken Präsenz der lokalen Behörden und Einheimischen gezeigt, vor externem Know-how verschließen. Das Gegeneinander-Agieren der touristischen Unternehmer und das Fehlen gemeinsamer Ideen und Visionen für den Tourismus ist keine Basis für eine langfristig starke und wettbewerbsfähige Destination. Insbesondere im Falle der Insel Santorini, deren Erscheinung mit einem Schloss auf gläsernen Säulen verglichen wird, kann diese Situation eines Tages zum Zusammenbruch der Insel führen.