

# Turistički resursi i turistička ponuda Schwarzwalda

---

**Boban, Mirjana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:067307>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-10-06**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -  
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and  
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Mirjana Boban

**TURISTIČKI RESURSI I TURISTIČKA PONUDA SCHWARZWALDA**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, rujan 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Mirjana Boban

**TURISTIČKI RESURSI I TURISTIČKA PONUDA SCHWARZWALDA  
TOURIST OFFER AND TOURIST RESOURCES OF THE BLACK  
FOREST**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, rujan 2023.

**MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU**  
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 20. veljače 2023.

**ZAVRŠNI ZADATAK br. 2022-MTS-I-107**

Pristupnik: **Mirjana Boban (0313025770)**  
Studij: Izvanredni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta  
Smjer: Menadžment turizma

Zadatak: **Turistički resursi i turistička ponuda Schwarzwalda**

Opis zadatka:

Republika Njemačka ima veliki broj turističkih atrakcija i turističkih sadržaja. Koje su među njima najpoznatije? Koji se najpoznatiji i najatraktivniji turistički resursi u Schwarzwaldu? Jeli navedena regija poznata samo po domaćoj šunki ili postoje i druge atrakcije u navedenoj regiji? Kako i na koji način se promovira navedena regija? Koji dio regije je najbogatiji i koji dio regije privlači najviše turista? Kakva je struktura samih posjetitelja? Jesu li to većinom mladi ljudi ili navedena regija jednako privlači i staru i mladu populaciju? Kakva je obrazovna struktura ljudi koji su zaposleni u turizmu? Kakvo je njihovo znanje svjetskih jezika? Postoji li možda nekakva manifestacija ili događaj koji je poznat i izvan navedene regije.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2023.

Mentor:



mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Predsjednik povjerenstva za  
završni ispit:

---

## SAŽETAK

Savezna država Baden- Württemberg je smještena na jugozapadu Njemačke i predstavlja jednu od najrazvijenijih i najgušće naseljenih područja u zemlji. Sa svojom bogatom poviješću, kulturom i prirodnim ljepotama, ova regija ima ogroman potencijal za turizam i privlačenje posjetitelja iz cijelog svijeta. Posebno se ističe Schwarzwald, koji nudi raznolike turističke atrakcije, uključujući slikovita sela, tradicionalnu arhitekturu šumskih kuća, povijesne lokalitete i staze za šetnje i planinarenje. Također je poznat po svojim wellness centrima i termalnim izvorima koji pružaju mogućnosti za opuštanje i revitalizaciju. Lokalne vlasti, turističke organizacije i dionici turizma kontinuirano rade na održivom upravljanju turističkim resursima kako bi se osiguralo dugoročno očuvanje prirodnih ljepota regije. Također se promovira i proizvodnja vina i piva, s obzirom da Schwarzwald ima pogodne uvjete za uzgoj vinove loze i proizvodnju kvalitetnih pića. Važnu ulogu u razvoju turizma Schwarzwalda igraju lokalni stanovnici sa svojom gostoljubivošću, tradicionalnom kulturom i očuvanjem lokalnih običaja i gastronomskih specijaliteta. Uz kontinuirano ulaganje u turističku infrastrukturu, promociju regije na nacionalnoj i međunarodnoj razini te pružanje kvalitetnih usluga, Schwarzwald ima potencijal postati vodeća turistička destinacija u Njemačkoj. Trendovi ukazuju na rastući interes posjetitelja za prirodne ljepote, opuštanje i kvalitetan zrak, što predstavlja priliku za daljnji rast turizma u regiji. Financijska situacija posjetitelja može utjecati na odluku o posjetu regiji, ali naglasak na prirodnim ljepotama, održivosti i kvalitetnim uslugama privlači sve veći broj posjetitelja iz različitih zemalja bez obzira na razinu dohotka.

**Ključne riječi:** *Schwarzwald, turistička ponuda, turistički resursi, turizam Njemačke, Baden-Württemberg, turističke destinacije Schwarzwalda, istraživanje turističke ponude*

# Sadržaj

## SAŽETAK

1. UVOD .....	7
2. OSNOVNI POJMOVI.....	8
3. NJEMAČKA .....	10
3.1. Turistički resursi Njemačke.....	12
3.1.1. „Oktoberfest“ .....	13
3.1.2. „Novi dvorac“ Neuschwanstein .....	13
3.1.3. „Brandenburger Tor“ .....	14
3.2. Struktura zaposlenih u turizmu .....	14
4. SCHWARZWALD - CRNA ŠUMA .....	15
4.1. Turistička ponuda Schwarzwalda.....	20
4.2. Prirodni resursi Schwarzwalda.....	21
4.2.1. Planine, kanjoni i doline.....	23
4.2.2. Flora, fauna i klima .....	23
4.3. Društveni turistički resursi .....	24
4.3.1. Baden- Baden .....	24
4.3.2. Schonach .....	26
4.3.3. Donausingen .....	27
4.3.4. Rust.....	28
4.4. Gastronomija .....	29
4.5. Tradicionalne nošnje i maske, običaji, karneval .....	30
4.6. Struktura posjetitelja u Schwarzwaldu .....	32
4.7. Promotivne aktivnosti Schwarzwalda .....	35
5. ISTRAŽIVANJE O POZNAVANJU TURISTIČKIH RESURSA TE POSJEĆENOST HRVATA SCHWARZWALDU .....	38
5.1. Metodologija istraživanja.....	38
5.2. Karakteristike uzorka .....	38
5.3. Rezultati istraživanja .....	40

5.4. Ograničenja .....	48
6. ZAKLJUČAK .....	49
7. LITERATURA.....	51
PRILOZI	

## 1. UVOD

Njemačka, kao jedna od najposjećenijih turističkih destinacija u Europi, nudi bogatstvo kulturnih, povijesnih i prirodnih atrakcija. Jedna od regija koja se ističe po svojoj iznimnoj ljepoti i turističkom potencijalu je Schwarzwald, poznat i kao Crna šuma. Smješten u jugozapadnom dijelu Njemačke, ovaj prekrasan planinski lanac privlači posjetitelje iz cijelog svijeta svojom netaknutom prirodom, slikovitim selima, kulturnom baštinom i obiljem aktivnosti na otvorenom.

Schwarzwald je jedinstvena regija koja oduševljava svojom netaknutom prirodom i bogatstvom zelenih šuma, slikovitih dolina, jezera i planinskih vrhova. Planinarenje, biciklizam, vožnja kanuima i skijanje samo su neke od aktivnosti koje posjetitelji mogu odabrati u ovom prekrasnom prirodnom okruženju. Nacionalni park Schwarzwald pruža izvanredne mogućnosti za istraživanje divljih životinja i biljnog svijeta, dok brojne pješačke staze omogućuju posjetiteljima da istraže spektakularne vidikovce, vodopade i planinske vrhove. Osim prirodnih ljepota, Schwarzwald se ponosi i svojom bogatom kulturnom baštinom. Tradicionalne seoske kuće, crkve, samostani i muzeji svjedoče o bogatoj povijesti i kulturi ovog područja. Folklorne manifestacije, glazba i plesovi odražavaju duh zajednice i čuvaju tradiciju Schwarzwalda. Regija Schwarzwald također je poznata po svom vrhunskom gostoprimstvu i gastronomiji. Posjetitelji mogu uživati u autentičnim lokalnim jelima poput Schwarzwald torte, Schwarzwald šunke, kao i raznim specijalitetima od divljači, gljiva i lokalnih proizvoda. Brojni restorani, vinarije i gostionice nude vrhunske gastronomske doživljaje uz izvrsna vina i domaća piva proizvedena u regiji.

Ukupno gledajući, Schwarzwald je jedinstvena turistička destinacija koja kombinira prekrasnu prirodu, bogatu kulturu i tradiciju te vrhunsko gostoprimstvo. Ovo područje nudi raznolike mogućnosti za uživanje i istraživanje stoga nije uopće upitno što je Schwarzwald postao jedno od najomiljenijih odredišta u Njemačkoj, privlačeći posjetitelje iz svih dijelova svijeta svojom ljepotom i šarmom.



## 2. OSNOVNI POJMOVI

Turizam ima vrlo važnu ulogu u gospodarstvu i važnu ulogu za općeniti razvoj države, prvenstveno zbog prihoda u proračunu kao i utjecaja na ostale djelatnosti koje su usko vezane uz turizam. Turizam se definira kao (engl. tourism) sveukupnost odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja na nekom mjestu radi odmora i uživanja, a ne za stalno prebivalište ili gospodarsku djelatnost. Uključuje turistička kretanja i sve odnose koji iz njih proizlaze (izvor: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763>).

Najčešće korištena definicija turizma je definicija UNWTO<sup>1</sup> koji definira „turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje“ (izvor: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

Prema Senečiću i Grgoni (2006:44), na suvremenom turističkom tržištu, turistička destinacija može se promatrati kao objekt razmjene ili objekt turističke potrošnje, a turistički proizvod obuhvaća sve što privlači turiste i ispunjava njihove želje i potrebe. To uključuje opći stupanj atraktivnosti destinacije, njezin imidž na turističkom tržištu te poželjnu atmosferu za odmor i razonodu. Turistički proizvod je rezultat rada i truda turističke ponude, ali i odgovara na želje i potrebe samih turista ili posjetitelja. On je jedinstven jer uvijek može biti nedovršen zbog svoje sposobnosti stalne nadogradnje od strane turističkih korisnika. Turizam se u suvremenom kontekstu shvaća kao interaktivni proces u kojem turistička destinacija i turisti zajednički oblikuju iskustvo putovanja i boravka.

Marušić i sur. (2019:35) navode da destinacija integrira raznolike proizvode, usluge i resurse u svoj lanac vrijednosti, kojeg turisti percipiraju kao cjelovitu i integralnu ponudu. Destinacija mora osigurati visoku kvalitetu turističko-destinacijskog proizvoda kako bi se postigao uspjeh.

Uvjeti koji determiniraju turizam su duljina boravka i svrha putovanja (Čavlek i sur. 2011:31).

Destinacija ostvaruje bržu integraciju u globalne ekonomske tijekove i društvo zahvaljujući kombinaciji prirodnih ljepota i raznolikosti, kulturnih dobara te povoljnom geografskom položaju, koju turistička industrija uspješno koristi.

---

<sup>1</sup> UNWTO-Svjetska turistička organizacija UN-ova specijalizirana agencija

Turizam ima snažan utjecaj, kako izravno tako i neizravno, na poslovanje različitih poslovnih subjekata i na razvoj gospodarstva u cjelini te se ističe kao ključni pokretač investicija i generator gospodarskog rasta.

Turističko tržište iznimno je dinamično i pokazuje visok stupanj konkurentnosti (Schwab, World Economic Forum, 2013). Potrebno je kontinuirano pratiti i evaluirati postojeću turističku ponudu te konstantno ulagati napore kako bi se dostigli standardi turističke ponude i postavili novi razvojni ciljevi. To uključuje proširenje turističke sezone, stvaranje turističkih proizvoda koji privlače različite tržišne segmente i daljnji razvoj infrastrukture. Ovaj razvoj treba biti usklađen na svim razinama - lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj. Sudionici koji čine turističku ponudu destinacija moraju koristiti marketinške aktivnosti kako bi zadovoljili turiste i njihova očekivanja. Stoga je važno kontinuirano prilagođavati postojeću turističku ponudu destinacije prema odabranim tržišnim segmentima. Provodeći istraživanja, mogu se prikupiti informacije za unaprjeđenje kvalitete turističke ponude i stvaranje prepoznatljive marke destinacije. Rezultat ovakvog pozitivnog razvoja je povećanje broja posjetitelja i zadovoljstvo turista/klijenata. (Golob i sur., 2014:12).

Turistički resurs predstavlja sredstvo kojemu se može pripisati korisna funkcija odnosno svrha u turizmu, a glavna karakteristika je privlačnost za određeni segment turističke potražnje. (Kušen, 2002:16).

Turistička ponuda obuhvaća sve proizvode i usluge koje su namijenjene zadovoljenju turističkih potreba i zahtjeva. To uključuje raznolike robe i usluge koje su dostupne na tržištu i prilagođene turističkim preferencijama i interesima (Vukonić i Čavlek, 2001:391). Turistička ponuda se gradi na temelju jedinstvenih obilježja i resursa određene destinacije, što je ono što je čini posebnom i privlačnom. Cilj turističke ponude je ostvariti pozitivne rezultate, kako ekonomske tako i neekonomske prirode. Ekonomski rezultati uključuju stvaranje ekonomske koristi za destinaciju i lokalnu zajednicu, poput povećanja prihoda i zapošljavanja u turističkom sektoru. Turizam može također potaknuti rast povezanih gospodarskih sektora, što doprinosi cjelokupnoj ekonomiji regije. S druge strane, neekonomski rezultati su jednako važni. Turizam može doprinijeti očuvanju i promociji kulturne baštine, tradicija i lokalnog identiteta. Također, održivi turizam može imati pozitivan utjecaj na zaštitu okoliša i prirode destinacije, što osigurava njezinu dugoročnu održivost. Sveukupno, cilj je usklađivanje turističke ponude s potrebama i interesima posjetitelja, osiguravajući pozitivne rezultate koji pridonose prosperitetu destinacije, lokalne zajednice i očuvanju njenih prirodnih i kulturnih vrijednosti. (Curić i sur., 2013:129).

Istraživanje provedeno na području Republike Hrvatske ima za cilj istražiti i utvrditi razinu upoznatosti Hrvata s turističkom ponudom Schwarzwalda kao destinacije kao i utvrditi postotak od ukupno ispitanih koji su posjetili destinaciju. Dobiveni rezultati bi mogli doprinijeti nadopunjavanju i poboljšanju marketinških aktivnosti turističke ponude.

### 3. NJEMAČKA

Njemačka, zemlja raskošne geografske raznolikosti, posebno je mjesto za dugu, ležernu vožnju kroz guste šumovite predjele u kojima se može naići na prekrasne dvorce koji jednostavno oduzimaju dah. Zemlja je poznata po svom „Autobahnu“ i pojačanoj modernoj i naprednoj infrastrukturi (izvor: <https://www.autoeurope.hr/vodic-kroz-putovanja-njemacka/>).

Prema podacima UNWTO, Njemačka je 2018. godine imala 38.881 milijuna turista, a u 2019. godini taj broj je porastao na 39.563 milijuna turista. Međutim, pandemija Covid-19 izazvala je veliki pad broja turista u 2020. godini, kada je Njemačku posjetilo samo 12.449 milijuna turista. Ova situacija se nastavila i u 2021. godini, kada je Njemačku posjetilo 11.688 milijuna stranih turista. Kada je riječ o regijama iz kojih dolaze turisti, u 2019. godini većina turista dolazila je iz Europe, sa ukupno 29.489 milijuna turista. Potom slijedi Amerika s prosječno 4.142 milijuna turista, dok Južna Azija i Pacifik bilježe 3.963 milijuna turista (izvor: <https://tinyurl.com/2dm22rcs>). S obzirom na pandemiju Covid -19 i teške dvije godine koje se nalaze iza svih turističkih zemalja, pa tako i Njemačke, ona je i dalje gospodarski stabilna i jedno od najvažnijih emitivnih turističkih tržišta u Europi.

Receptivni turizam u Njemačkoj uspješno napreduje i od svih saveznih država u samom je vrhu posjećenosti i sama savezna država Baden-Württemberg (Curić i sur., 2013:224).

Baden-Württemberg je treća savezna država po površini i broju stanovnika, a smještena je u jugozapadnoj Njemačkoj. U susjedstvu je triju njemačkih pokrajina. Glavni grad ove pokrajine je Stuttgart. Graniči s pokrajinama Rheinland-Pfalz, Hessenom i Bayernom, a nalazi se u središtu Europe i dijeli svoje granice sa dvije europske države, Švicarskom i Francuskom. Pokrajinu karakterizira scenska raznolikost. Na zapadu krajolik određuju Schwarzwald i Rajnska ravnica, na jugu Bodensko jezero i rub Alpa, na istoku Švapska Jura, a na sjeveru Hohenloherska ravnica. Nalazi se u samom srcu Europe. Osim toga, zemlja desetljećima

održava bliske odnose sa svojim susjedima i partnerima diljem svijeta i zbog toga je izrazito važna u turističkom smislu (izvor: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44490>).

Prema statističkim podacima dobiveni mailom 23.01.2023. od Landesamt Baden-Württemberg<sup>2</sup>, u tablici 1 se vidi da je pokrajina Baden Württemberg u samom vrhu po broju noćenja i dolascima u smještajnim objektima 2022. godine, u odnosu na 2021., i svakim danom sve više raste.

Tablica 1 Statistički podaci dolazaka turista u Savezne države Njemačke za 2022.

Dolasci, noćenja boravka turista u smještajnim objektima od 01. do 12. 2022. prema državi i prebivalištu turista				
Savezne države u Njemačkoj	Dolasci		Noćenja	
	Ukupno 2022.	u Usporedba sa 2021.	Ukupno u 2022.	Usporedba sa 2021.
	Broj	%	Broj	%
Bayern	34 214 020	75,0	92 267 961	51,3
Nordrhein-Westfalen	20 323 204	83,4	47 534 621	60,8
Baden-Württemberg	20 163 050	68,1	52 262 382	46,7
Hessen	12 686 699	88,0	29 767 764	58,5
Berlin	10 426 316	103,3	26 526 369	90,0
Niedersachsen	13 648 005	53,0	43 255 683	35,0
Schwleswig Holstein	8 828 837	33,9	37 530 809	15,9
Rheinland-Pfalz	7 906 886	61,5	21 065 136	48,2
Mecklenburg-Vorpommern	7 351 473	34,7	31 763 633	19,6
Sachsen	7 009 199	66,8	17 910 761	45,7
Hamburg	6 821 171	105,2	14 711 067	94,6
Brandenburg	4 777 608	50,9	13 521 456	33,8
Thüringen	3 408 359	51,1	9 087 072	37,3
Sachsen-Anhalt	3 135 928	47,5	7 911 728	36,0
Bremen	1 311 736	67,0	2 572 561	54,8
Saarland	1 027 970	68,8	3 017 884	45,6

Izvor: Izrada autora prema statističkim podacima Landesamt Baden-Württemberg

<sup>2</sup> Statistisches Landesamt BW, Statistički državni ured Baden-Württemberg, <https://www.statistik-bw.de/>

### 3.1. Turistički resursi Njemačke

Turizam u Njemačkoj ima dugu povijest i predstavlja značajan sektor gospodarstva. Njemačka je popularna destinacija zbog svoje bogate kulturne baštine, slikovitih krajolika, povijesnih gradova, raznolikosti regija i visoke kvalitete usluga. Jedna od najpoznatijih turističkih atrakcija u Njemačkoj je njen glavni grad, Berlin, koji privlači posjetitelje svojim povijesnim spomenicima, umjetničkim galerijama, noćnim životom i multikulturalnom atmosferom (Curić i sur., 2013:224). Drugi popularni gradovi kao što su Münchenu, Hamburg, Frankfurt i Köln također nude mnoštvo zanimljivosti i atrakcija. Njemačka je također poznata po svojim prekrasnim prirodnim ljepotama. Nacionalni parkovi poput Schwarzwald-a (Crna šuma), Bavarsko šumskog parka i Nacionalnog parka Jezero Konstanz privlače ljubitelje prirode, planinare i bicikliste. Rijeke poput Rajne i Mosela omogućuju uživanje u vožnji brodom i otkrivanju slikovitih sela i vinorodnih područja. Kulturni turizam ima posebno mjesto u Njemačkoj. Zemlja je poznata po svojim muzejima, galerijama i glazbenim festivalima. Posjetitelji mogu istražiti znamenitosti kao što su Brandenburška vrata, Kolodvorska crkva u Dresdenu, Katedrala u Kölnu i dvorac Neuschwanstein. Njemačka je također poznata po svojim festivalima, poput Oktoberfesta u Münchenu koji privlači milijune posjetitelja iz cijelog svijeta. Turisti mogu uživati u tradicionalnoj njemačkoj hrani, pivu, folklornim plesovima i zabavi. Kvaliteta usluga u Njemačkoj je visoka, a turistička infrastruktura dobro razvijena. Postoji širok raspon smještajnih opcija, od luksuznih hotela do obiteljskih pansiona i hostela. Njemačka također nudi izvrsne prometne veze, uključujući modernu željezničku mrežu, aerodrome i dobru cestovnu infrastrukturu.

Turizam u Njemačkoj ima veliki ekonomski utjecaj, pridonoseći stvaranju radnih mjesta i povećanju gospodarske aktivnosti. Njemačka se trudi očuvati svoju kulturnu baštinu, prirodne resurse i okoliš kako bi turistima pružila autentično iskustvo i osigurala održivost turizma u budućnosti. U daljnjem dijelu spomenut će se svjetski poznati turistički resursi Njemačke.

### **3.1.1. „Oktoberfest“**

Oktoberfest, koji se održava na livadi Theresienwiese u Münchenu, poznat je kao najveći pivski festival na svijetu. Prvi put je održan 17. listopada 1810. godine kao konjska utrka kojom je obilježeno vjenčanje bavarskog kralja Ludwiga I. i princeze Therese von Sachsen-Hildburghausen. Naziv "Oktoberfest" dolazi od činjenice da je prvi festival održan u listopadu, a naziv se zadržao iako se festival s vremenom produžio i danas traje oko 16 dana, počevši krajem rujna i završavajući prvim vikendom u listopadu. Na Oktoberfestu posjetitelji mogu uživati u raznolikoj ponudi. „Universum Oktoberfesta“ nudi različite pakete, uključujući tradicionalne obroke poput knedli s ručkom na minhenskom sajmištu, ali i zabavne aktivnosti poput gađanja samostrelom (njem. "Schützenlied"). Također, posjetitelji imaju mogućnost odjenuti se u tradicionalne bavarske nošnje poput lederhose-a i dirndl-a. Festival je otvoren za sudjelovanje djece i osoba s ograničenom pokretljivošću, pružajući priliku svima da uživaju u ovoj tradicionalnoj njemačkoj manifestaciji. Oktoberfest je postao svjetski poznat događaj koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Osim što je prilika za ispijanje kvalitetnog njemačkog piva, Oktoberfest pruža i jedinstveno iskustvo druženja, plesa, glazbe i ukusne hrane (izvor: <https://www.oktoberfest.de>).

### **3.1.2. „Novi dvorac“ Neuschwanstein**

„Novi dvorac“ Neuschwanstein, smješten u južnoj Bavarskoj u Njemačkoj, jedan je od najpoznatijih dvoraca na svijetu. Izgrađen je u 19. stoljeću i poznat po svojoj spektakularnoj arhitekturi iz doba romantizma. Neuschwanstein je bio izvor inspiracije za mnoge umjetnike, uključujući i Walthera Disneya za stvaranje dvorca Trnoružice. Dvorac je otvoren za javnost i posjetitelji mogu istražiti njegove prekrasne dvorane, sobe i vrtove. Unutrašnjost dvorca obiluje raskošnim detaljima, slikama i skulpturama koje prikazuju mitološke i bajkovite scene. Također, dvorac nudi prekrasan panoramski pogled na okolne alpske planine i jezera. I danas, Neuschwanstein je jedna od najposjećenijih palača i dvoraca u Europi, privlačeći oko 1,4 milijuna posjetitelja svake godine. Kroz sobe koje su nekada bile namijenjene samo jednom stanovniku, ljeti u prosjeku dnevno prođe više od 6000 posjetitelja. Ova iznimno velika posjećenost svakodnevno predstavlja opterećenje na vrijedni namještaj i tekstil u dvorcu (izvor: <https://www.neuschwanstein.de/deutsch/schloss/index.htm>).

### 3.1.3. „Brandenburger Tor“

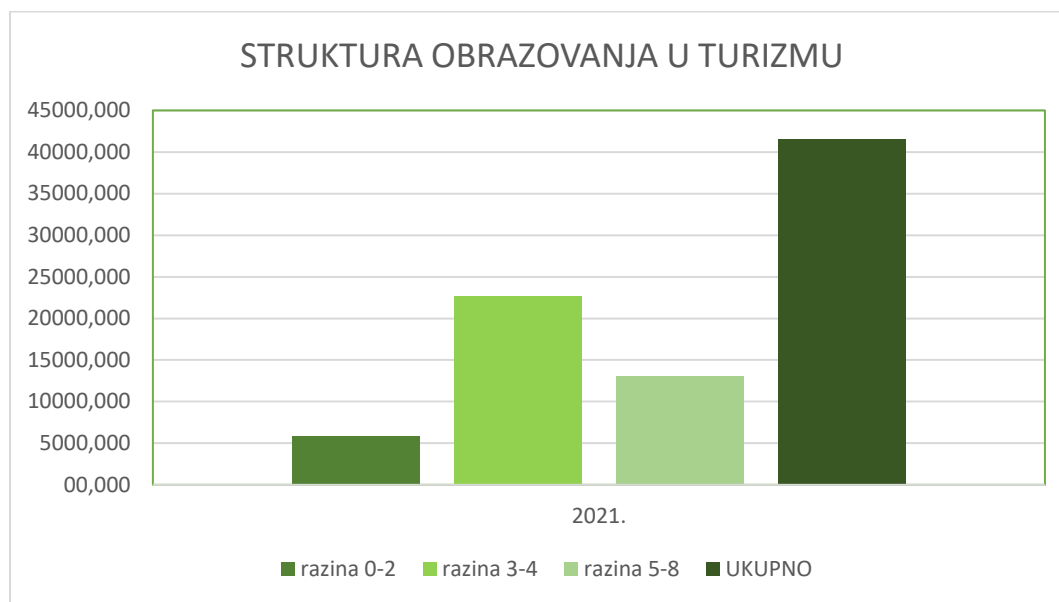
Brandenburška vrata, ili Brandenburger Tor, igraju izuzetno važnu ulogu u obilasku grada i predstavljaju prepoznatljiv simbol Berlina. Ova imponantna građevina posebno dolazi do izražaja noću, kada svijetli tijekom raznih događaja kao što je doček Nove godine, privlačeći tisuće posjetitelja. Vrata su imala značajnu povijesnu ulogu kao simbol podijeljenosti grada tijekom razdoblja hladnog rata. Nakon izgradnje Berlinskog zida, Brandenburška vrata su se nalazila u zabranjenom području, nedostupna kako ljudima s Istoka, tako i sa Zapada. Međutim, nakon ponovnog ujedinjenja Njemačke, vrata su postala simbol jedinstva i slobode. Danas, Brandenburška vrata predstavljaju omiljeno odredište posjetitelja koji žele doživjeti njemačku povijest i kulturu. Njihova ikonička ljepota i povijesna važnost čine ih nezaobilaznom atrakcijom u Berlinu, istovremeno nas podsjećajući na važnost jedinstva i slobode (izvor: <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3560266-3558930-brandenburger-tor.html>).

## 3.2. Struktura zaposlenih u turizmu

U turizmu u Njemačkoj postoji raznolika struktura obrazovanja među zaposlenima. Prema podacima EUROSTAT-a za 2021. godinu, zaposleno je ukupno 41,500 osoba u turizmu. Od toga, 14% ili 5,776.6 osoba ima nižu razinu obrazovanja (razina 0-2), 31% ili 13,047.1 osoba ima višu i visoku razinu obrazovanja (razina 5-8), dok 55% ili 22,652.3 osobe imaju srednju razinu (razina 3-4) obrazovanja (izvor: <http://skr.rs/zi3k>).

Pristup njemačkom tržištu rada postao je jednostavniji zbog različitih faktora, kao što su nedostatak radne snage, napredak tehnologije i dostupnost interneta. Mnoge poslovne agencije, web-stranice i platforme za traženje posla olakšavaju pronalazak radnika i povezivanje s potencijalnim poslodavcima u turističkom sektoru. Traže se stručnjaci i osposobljeni kadar u turizmu iz cijele Europske unije. Prema ISCED 2011 (kratica za Međunarodnu standardnu klasifikaciju obrazovanja) klasifikacija tečaja ili programa brojčano je specificirana te je dostupno devet razina klasifikacija. To su: niža razina obrazovanja (razine 0-2), srednja razina obrazovanja (razine 3-4) i viša i visoka razina obrazovanja (razine 5-8) (izvor: <http://skr.rs/zi3k>).

Grafikon 1 Struktura obrazovanja u turizmu prema podacima Eurostata za 2021. godinu



Izvor: Izrada autora prema podacima Eurostata. <https://tinyurl.com/2cljf8zd>

#### 4. SCHWARZWALD - CRNA ŠUMA

Schwarzwald je raznolik zbog prirodnih resursa kao što su planine, klanci, jezera, šume, divljina, livade, prirodni krajolik što čini krajolik jedinstvenim i vrlo zanimljivim. Izvori, špilje, parkovi prirode, nacionalni parkovi i gradovi Schwarzwalda, jedni su od najposebnijih u cijeloj zemlji. Teritorij pokrajine Schwarzwald okružuju rijeke Rajna i Neckar. Ona predstavlja granični trokut između Švicarske, Francuske i Njemačke, a nalazi se na jednom od najvažnijih pravaca sjever – jug koju čini autocestu A5 i glavna željeznička linija od Skandinavije do Italije (izvor: <https://www.autoeurope.hr/vodic-kroz-putovanja-njemacka/>).

Naziv „Crna šuma“ dolazi od Rimljana. Prostire se od Pforzheima do Lörracha i nekad je bio vrlo primitivno šumsko područje. Prvi tragovi naseljenosti sežu još u doba Kelta koji su se naselili na tom području oko 500. pr. Krista (<https://www.schwarzwald-tourismus.info/>).



Slika 1 prikazuje Schwarzwald podijeljen na tri područja, a to su Sjeverni Schwarzwald, Središnji Schwarzwald i Južni Schwarzwald.

Slika 1 Geografski položaj Schwarzwalda



Izvor: Schwarzwald karta, <https://www.schwarzwald-kompass.de/schwarzwald-karte/>

Svaka regija ima svoj karakter i posebnosti.

Sjeverni Schwarzwald (slika 2) je najšumovitiji dio prirodnog raja te je 73% područja prekriveno tamnim i ogromnim drvećem. Također je jedna od regija s najviše padalina u njemačkom niskom planinskom lancu (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/schwarzwald/regionen/noerdlicher-schwarzwald>).

*Slika 2 Sjeverni Schwarzwald*



Izvor: Sjeverni Schwarzwald,

<https://www.schwarzwaldtravel.de/Regionales/Nordschwarzwald>

Središnji Schwarzwald (slika 3) ima najniže planine, mnoge znamenitosti s puno pješačkih i biciklističkih staza. Slikoviti vrhunac te regije je između Offenburga i Vilingena i to Triberg sa svojim slapovima.

*Slika 3 Središnji Schwarzwald*



Izvor: Središnji Schwarzwald, <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/wald-und-naturerlebnis/naturerlebnis/naturparke/sieben-naturparke/naturpark-schwarzwald>

Južni Schwarzwald (slika 4) još se često naziva i Visoka Rajna i uključuje najviši dio Schwarzwalda. U južnom Schwarzwaldu se nalaze neki od najvećih prirodnih rezervata u Baden-Württembergu, kao i europski ptičji rezervat Južni Schwarzwald. Regija Visoka Rajna je najjužnija regija za odmor u Schwarzwaldu. Gradovi s obje strane Rajne bogati su kulturno-povijesnim bogatstvom s dobro očuvanim dokazima srednjovjekovne urbane arhitekture.

Južni Schwarzwald ima pozitivna mišljenja među ispitanicima svim dobnim skupinama. Ovaj dio regije privlači različite turiste zbog blizine Švicarske i vrlo je primamljiv zbog južne i osunčane doline Rajne i avanturističkih klanaca. Turisti koji ovdje dolaze mogu se odlučiti na planinarenje, biciklizam/brdski biciklizam, obiteljski odmor. Ovdje se osnivaju planinarski domovi za mlade planinare, stvorene su kolibe i smještaj svih vrsta i građevina: kolibe za samoposluživanje, šumski klubovi i odmarališta. U ponudi su pansioni i privatne sobe za različite kategorije turista, ovisno o njihovom budžetu i preferencijama (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/schwarzwald/regionen/noerdlicher-schwarzwald>").

*Slika 4 Južni Schwarzwald*




Izvor: Južni Schwarzwald, <https://www.berнау-schwarzwald.de/eip/pages/naturpark-suedschwarzwald.php>

Cijeli svijet je krajem 2019. godine pogodila pandemija virusa Covid-19 prouzročivši globalnu krizu koja je pogodila gospodarstvo i društvo, a posebno turizam. Prema statističkim podacima Statističkog ureda Baden-Württemberga iz 2023., u tablici 2 prikazani su dolasci i noćenja u saveznoj državi Baden-Württemberg u 2022. s usporedbom 2021. godine sa zemljom porijekla. Prema navedenoj tablici možemo vidjeti da od inozemnih zemalja s najvećim brojem

posjećenosti prednjači Švicarska koja bilježi porast dolazaka za 127 % u odnosu na 2021. godinu, a tu su i susjedne zemlje kao što su Nizozemska, Francuska, Austrija. Najveći broj ukupnih posjetitelja su zapravo domaći posjetitelji iz Njemačke dok broj posjetitelja iz Hrvatske u 2022. godini iznosi 16.479 što je postotno povećanje od 65.5 % u odnosu na 2021. godinu. Ukupni broj noćenja kojeg su ostvarili hrvatski posjetitelji iznosi 81.895 što je postotno povećanje od 38.7 % u odnosu na 2021. i s time se ona nalazi na devetnaestom mjestu od ukupno 32 države u Europi koje vodi statistički ured Baden –Württemberg (izvor: <https://www.statistik-bw.de/Service/>, Landesamt Baden-Wurttemberg).

Tablica 2 Dolasci i noćenja u Baden -Württembergu u 2022. godini prema zemlji porijekla

 <b>Baden-Württemberg</b> STATISTISCHES LANDESAMT Zemlje porijekla	DOLASCI		NOĆENJA	
	Broj	Promjena u odnosu na 2021. god. u %	Broj	Promjena u odnosu na 2021. god. u %
<b>UKUPNO</b>	20.163.050	+68.1	52.262.382	+46.7
NJEMAČKA	15.841.353	+57.1	42.356.952	+37.4
INOZEMSTVO UKUPNO	4.321.697	+126.4	9.905.430	+107.3
<b>EUROPA UKUPNO</b>	<b>3.857.700</b>	<b>+117.3</b>	<b>8.445.436</b>	<b>+99</b>
1.Švicarska	1.201.839	+127.0	2.347.739	+121.3
2.Nizozemska	660.867	+104.6	1.292.015	+105.6
3. Francuska	490.010.	+112.3	896.717	+111.2
4.Austrija	212.756	+83.9	473.894	+66.4
5. Belgija	195.129	+78.6	430.429	+67.8
19. Hrvatska	16.479	+65.5	81.895	+38.7
<b>AFRIKA UKUPNO</b>	<b>17.073</b>	<b>+237.5</b>	<b>58.171</b>	<b>+211.3</b>
JAR	4.224	+537.1	12.102	+449.3
Ostale zemlje	12.849	+192.3	46.069	+179.5
<b>AMERIKA UKUPNO</b>	<b>250.198</b>	<b>+228.0</b>	<b>748.120</b>	<b>+128.1</b>
SAD	193.484	+208.7	591.968	+107.1
Kanada	15.259	+315	43.287	+230.7
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	1.636	+211	4.553	+235.3
Srednja Amerika i Karibi	10.797	+241.4	29.806	+225.7
Brazil	15.557	+448.9	42.340	+431.2
Ostale zemlje Južne Amerike	13.465	+293.5	36.166	+238.4
<b>AZIJA UKUPNO</b>	<b>180.054</b>	<b>+263</b>	<b>614.452</b>	<b>+236.4</b>
Izrael	38.411	+262.6	123.317	+374.3
Kina sa Hong Kongom	16.202	+287.4	42.161	+175.9
Ostale zemlje Azije	40.014	+234.2	114.395	+185.8
<b>AUSTRALIJA, NOVI ZELAND I OCEANIJA UKUPNO</b>	<b>16.130</b>	<b>+683.8</b>	<b>114.395</b>	<b>+185.8</b>

Izvor: izrada autora prema statističkim podacima Landesamt Baden-Württemberg

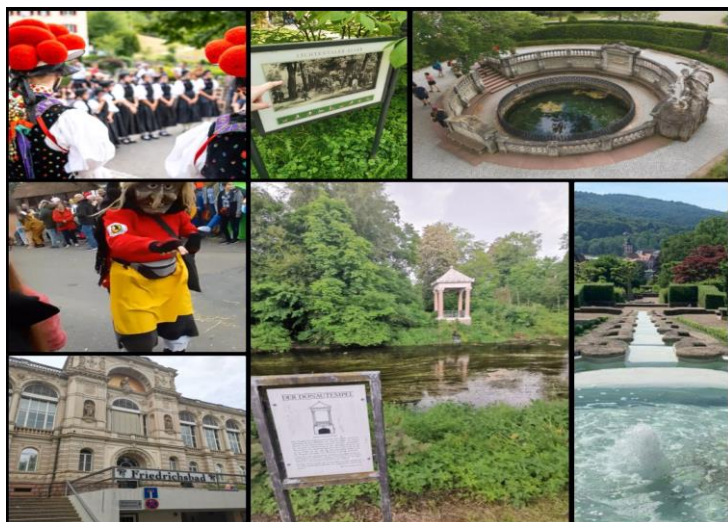
#### 4.1. Turistička ponuda Schwarzwalda

Schwarzwald, jedna od najvažnijih turističkih regija u Njemačkoj, nudi širok raspon atrakcija. Ova regija je poznata po svojoj raznolikosti, ljepoti prirode i bogatoj kulturnoj baštini. Jedan od glavnih razloga za posjet Schwarzwaldu je prekrasan krajolik koji podsjeća na slikovnicu. Guste šume, doline, planine i idilična sela stvaraju izvanrednu atmosferu. Ovdje se mogu posjetiti važne kulturne institucije kao što je katedrala sv. Vlaha i impresivni dvorci u dolinama Rajne i Neckara. Gastronomija u Schwarzwaldu je također značajan element iskustva za turiste. Badenska i švapska kuhinja poznate su po svojim ukusnim jelima, a gostionice i restorani nude autentične i domaće specijalitete. Schwarzwald pruža prekrasan pogled na planine i doline. Sa svoje najviše točke, planine Feldberg, pruža se veličanstven pogled na okolne planine poput Vogesa u Francuskoj i švicarskih Alpa. Ovdje posjetitelji mogu uživati u svježem zraku i raznim aktivnostima na otvorenom. Ova regija je poznata po svojoj zdravoj klimi i ljekovitim svojstvima. Blaga klima pogoduje ljudima s dišnim tegobama i problemima s plućima, a područje Schwarzwalda, posebno jugozapadni dio, ima najljepše i najtoplije vrijeme u Njemačkoj. Schwarzwald nudi brojna ljetovališta, terme i wellness centre. Posjetitelji mogu uživati u opuštajućim tretmanima i wellness ponudama. Osim toga, regija ima dobru infrastrukturu, s razvijenom prometnom mrežom, zdravstvenim ustanovama i mogućnostima za šoping. Također idealno je mjesto za zimske sportove. Schwarzwald je poznat kao kolijevka skijanja u srednjoj Europi s velikim brojem staza za skijanje, snowboarding i ostale zimske aktivnosti. Ovdje se mogu pronaći staze za sve razine vještina, a područje Feldberg nudi posebno dobre uvjete za zimske sportove. Bogata povijest, tradicija i običaji čine Schwarzwald jedinstvenom destinacijom. Ova regija ima dugu tradiciju zanatstva, poznata je po izradi satova s kukavicom, predmetima od stakla i drva te tradicionalnim običajima i nošnjama. Tipične seoske kuće s dubokim krovovima i romantični mlinovi postali su simboli turističke regije (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/erleben/ausflugsziele>). Uz sve ove karakteristike, u Schwarzwaldu je dostupna dobra infrastruktura rekreacijskih, kulturnih i avanturističkih sadržaja za djecu i roditelje. Sve ove značajke čine Schwarzwald jedinstvenom i neodoljivom destinacijom za turiste koji žele istražiti prirodu, uživati u kulturnom bogatstvu i opustiti se u prekrasnom okruženju (izvor: <https://www.netpapa.de/reisen-erleben/schwarzwald-mit-kindern/>)



Kao što je i prikazano na slici 5, Schwarzwald je poznat po turističkim resursima, a u nastavku će biti predstavljeni najpoznatiji i najposjećeniji turistički resursi.

*Slika 5 Turistički resursi Schwarzwalda*



Izvor: fotografija autora

## 4.2. Prirodni resursi Schwarzwalda

### *Crna šuma*

„Crna šuma“ sa svojim mračnim, gustim brežuljcima jedna je od najposjećenijih planinskih regija u Europi. Povijest, kultura i prirodni resursi možda najbolje opisuju odmor u Schwarzwaldu. Njemački niski planinski lanac u Baden-Württembergu ima drugo najveće šumsko područje nakon Bavarske. Velika gustoća stabala jele i smreke spada u jedno od najvažniji prirodnih resursa pokrajine (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/>).

### *Nacionalni park Schwarzwald*

U Njemačkoj postoje mnoga zaštićena područja koja imaju različite ciljeve zaštite; od prirodnih spomenika, od jednog stabla do velikih zaštićenih područja koja pokrivaju više tisuća hektara. Ova takozvana velika zaštićena područja uključuju parkove prirode, područja biosfere i nacionalne parkove. Nacionalni parkovi razlikuju se od ostalih zaštićenih područja prvenstveno po onome što je poznato kao zaštita procesa. To znači da je čovjek dopustio prirodi da bude priroda u većem dijelu područja poznatog kao središnja zona. Nacionalni park Schwarzwald postoji od 1. siječnja 2014. godine - kao prvi i zasad jedini nacionalni park u Baden-Württembergu (izvor: <https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de/erklaerung-zur->

barrierefreiheit). Nacionalni park djeluje kao partner za izvannastavnu obrazovnu ponudu, a tim za obrazovanje o prirodi i divljini čini obrazovanje za održivi razvoj konkretnim. Cilj je probuditi razumijevanje i entuzijazam za divljinu među djecom i mladima u ranoj dobi. Nacionalni park primjenjuje konceptni modul turizma što uključuje održivo planiranje svih struktura, njihovo usmjeravanje i njihovu provedbu na način da obje strane mogu imati koristi od suradnje

(izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/>).

Ključne komponente takvog koncepta turizma uključuju:

- pružiti prirodu, doživljaj divljine i rekreaciju za sve (pristupačnost i uključenost), uzimajući u obzir glavni cilj prirode, „neka priroda bude“;
- osigurati održivi turizam kao važan gospodarski sektor u regiji;
- stvoriti visoku kvalitetu boravka i kvalitetu života gostiju i mještana;
- umrežiti ponude nacionalnog parka i regije nacionalnog parka;
- uspostaviti marku „Regija nacionalnog parka Black Forest“ (izvor: <https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de/nationalpark/aufgaben-ziele/tourismuskonzept>).

### *Rezervat biosfere Schwarzwald*

Nagrađen UNESCO oznakom rezervata biosfere, a također se naziva i „područje biosfere“. To su krajevi u kojima se potiče i dalje razvija plodan suživot čovjeka i prirode. Kulturni krajolici koji su stoljećima nastajali sa svojim posebnostima stvorili su vrijedna staništa za ljude i prirodu. Održavanje suživota i pronalaženje ravnoteže između prirodnih ciklusa i korištenja za regionalnu dodanu vrijednost također su među središnjim zadaćama rezervata biosfere Schwarzwald. Poljoprivreda na malim farmama često nije bila dovoljna za prehranu obitelji. Mnogi su bili vezani za grad kako bi dodatno zaradili za život. Danas je prijestolnica ljepote krajolika koju su sačuvali i oblikovali ljudi koji ovdje žive. Žive i rade tradicionalne proizvode, kao što su mlijeko, sir i meso, med i džemovi, posjeduju primamljive gostionice s finom regionalnom kuhinjom, a tu su i muzeji te arhitektura kao dio ponude. U rezervatu biosfere može se doživjeti i uživati u ekološkoj proizvodnji energije iz hidroenergije i drva, kao i u pravom seoskom životu. Južni Schwarzwald je regija koja je proizvela različite tradicije i posebnosti na vrlo malom području. Gotovo svako selo ima svoju nošnju, a alemanski jezik i „Fasnet“ jedinstveni su primjeri ove tradicije. U rezervatu biosfere mogu se otkriti rezbarije u

drvu, tragovi rudarstva, pile i mlinovi na vodeni pogon, kao i svakodnevna kultura, slikarstvo i književnost Schwarzwalda u nekom od brojnih muzeja. Samostanski kompleksi prožeti poviješću, poput Sv. Vlaha, svjedoče o važnosti crkve i pobožnosti. Razne seoske tradicije i danas su žive u selima. To uključuje Almauffahrt i Abtrieb šumska goveda, koja se slave na velikom festivalu (izvor: <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/biosphaerenreservate/biosphaerenreservate-deutschland/schwarzwald>).

#### **4.2.1. Planine, kanjoni i doline**

Planine čine posebne prizore, a nekoliko se vrhova uzdiže 1000 metara iznad krajolika turističke regije Schwarzwald, a površine su 11.100 četvornih kilometara. To čini Schwarzwald najvećim i najvišim niskim planinskim lancem u Njemačkoj. Najviša uzvišenja uključuje i Feldberg. Vrhovi najvećeg niskog planinskog lanca u Njemačkoj raj su za planinare, penjače, bicikliste i paraglajdere. Prirodni krajolik Schwarzwalda stoljećima su oblikovali led i voda. Tako su nastali jedinstveni klanci. U klancu Wutach može se vidjeti 20 milijuna godina geološke povijesti. Mnogi su klanci dostupni i sigurni planinarima i obećavaju jedinstven prirodni doživljaj. Kad se u proljeće otopi snijeg, ne preporučuju se šetnje klancima. Ljeti su sjenovite staze i brojna igrališta uz vodu idealna za obitelji (izvor: <https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de/mitmachen/wanderfuehrer>).

Gdje je voda neprekidno tekla u malim potocima ili velikim rijekama, formirale su se doline. Mnoge doline u Schwarzwaldu dobile su ime po rijeci koja kroz njih teče. Također i druge doline nose imena po lokalitetima ili naseljima. Murgtal je jedna od najdubljih dolina u najvećem njemačkom niskom planinskom lancu. Izgled Schwarzwalda uvelike oblikuju rijeke kao i različite krajobrazne formacije te flora i fauna (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/schwarzwald/regionen/>).

#### **4.2.2. Flora, fauna i klima**

Freiburg, poznat i kao „Vrata Crne šume“, ima veliko zaštićeno područje koje je međunarodno priznato od strane UNESCO-a od lipnja 2017. godine. Ovo zaštićeno područje, poznato kao rezervat biosfere, prostire se na površini od 632 četvorna kilometra i obuhvaća 28 zajednica u tri okruga, kao i dio grada Freiburga. UNESCO je prepoznao izvanrednu prirodnu i kulturnu vrijednost regije Schwarzwald i njenog okruženja te je navedeno područje pod zaštitom



UNESCO-a. Navedeno priznanje vezano je za očuvanje biološke raznolikosti, održivo korištenje prirodnih resursa i promicanje održivog razvoja u regiji. Rezervat biosfere u Freiburgu nudi izvanrednu prirodu, bogatstvo flore i faune te očuvane prirodne ekosustave koji privlače brojne posjetitelje i pružaju iznimno iskustvo uživanja u prirodi (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/presse/pressereisen/unesco-schwarzwald>).

U klimatskom pogledu nižim temperaturama i većom količinom oborina izdvaja se planinski lanac od perifernih krajolika. Redovita kiša tijekom cijele godine karakteristična je za niski planinski lanac Schwarzwalda. Pad temperature i povećanje količine padalina ne odvija se ravnomjerno s porastom nadmorske visine. Nerazmjerno jak porast oborine može se uočiti i na nižim nadmorskim visinama i na zapadnoj strani s dosta oborina kiše i snijega. Područje s najviše oborina je sjeverni Schwarzwald koji je izložen kišnim zapadnim vjetrovima Atlantika te godišnje padne i do 2200 mm kiše po kvadratnom metru (izvor: <https://www.schwarzwaldportal.com/klima.html> ).

### **4.3. Društveni turistički resursi**

S obzirom da prvi tragovi naseljenosti sežu još u doba Kelta koji su se naselili na tom području oko 500. pr. Krista., Schwarzwald ima dugu povijest i dugu tradiciju stvaranja znamenitosti i arhitekture koje su i dan danas vidljive u povijesnim, starim zgradama.

#### **4.3.1. Baden- Baden**

Baden- Baden je sredinom 19. stoljeća postao moderno svjetsko lječilište s reputacijom „ljetne prijestolnice Europe.“ Baden- Baden može parirati uz svjetski poznata lječilišta kao što su Karlsbad, Montecatini i Vichy. Ima sve što jedan ekskluzivni grad mora imati: izvore za kupanje, pivnice, kasino, lječilišni park sa šetnicom, hipodrom, luksuzne hotele, poznate hotele gdje se ugošćuju gosti iz cijelog svijeta (carevi, kraljevi, predsjednici, šeci, političari i gospodarstvenici), trgovine poznatih svjetskih brandova itd. Na slici 6 prikazan je jedan od nekoliko značajnih „Wasserkunstanlagen“ ili umjetničkih instalacija s vodom koje doprinose šarmu i ljepoti grada.

*Slika 6 Baden- Baden*

Izvor: fotografija autora

Friedrichbad se dugo smatra najvažnijim i najmodernijim lječilištem u Njemačkoj i Europi. Već više od 350 godina postoji Lichtentaler Allee, koja je jedna od najistaknutijih šetnica na svijetu i zajedno sa Kaiserallee predstavlja prvorazredni kulturni doživljaj s najvećom festivalskom dvoranom u Njemačkoj. Osim navedenog, Friedrichbad posjeduje i nekoliko muzeja, a najvažniji su Muzej moderne umjetnosti Burda te muzej arhitektura i zbirke.

Baden- Baden je prepun ljekovitih izvora tople vode koja je bogata mineralima i zbog toga je sve popularniji i predstavlja važno sastajalište visoke politike, viših dužnosnika te bogate elite, Francuza, Engleza, Rusa, Amerikanaca te predstavlja svjetski poznato kupalište. Baden-Baden je, osim što je grad prirode i ljekovitih izvora, i grad zabave. Mjesta za zabavu, društveni život i igru oduvijek su bila čimbenik atraktivnosti grada. Kockarnice i kasina oblikuju Baden-Baden te privlače bogate turiste i snažno utječu na broj takvih turista (Gantner. 2022: 151, 152). Važna lječilišta u Europi također su dio UNESCO svjetske baštine od 2021. godine, a među njih se može ubrojiti i Baden-Baden.

Fabergéov muzej u Baden- Badenu prvi je i još uvijek jedini muzej na svijetu posvećen životnom djelu slavnog ruskog draguljara Cara Carla Petera Fabergéa. Cjelokupni spektar Fabergéova stvaralaštva zastupljen je u jedinstvenoj zbirci muzeja koja trenutno broji više od 1500 izložaka, od slavni carskih uskršnjih jaja carske obitelji do komada nakita i visokokvalitetnih svakodnevnih predmeta nastalih tijekom Prvog svjetskog rata. Na slici broj 7 nalazi se slika Fabergeovog muzeja (izvor: <https://faberge-museum.de/en/home/>).

*Slika 7 Fabergeov muzej danas*



Izvor: fotografija autora

#### **4.3.2. Schonach**

Schonach u Schwarzwaldu se može pohvaliti jedinstvenom atrakcijom koja je ušla u Guinnessovu knjigu rekorda s najvećim satom s kukavicom na svijetu (slika 8). Ovaj sat je djelo urara Josefa Dolda i predstavlja jedan od posebnih dijelova povijesti satova u Schwarzwaldu. Sa svojim 50 puta većim dimenzijama od običnih satova s kukavicom, ovaj sat je veličine male kuće. Kukavica se pojavljuje svakih pola sata i svakog punog sata, a atrakcija je opremljena originalnim satnim mehanizmom te je potpuno funkcionalna. Sat teži šest tona, visina mu je osam metara, a najveći promjer kotača iznosi 2,60 metara. Ovaj izvanredni XL sat pruža jedinstveno iskustvo iznutra i izvana. U blizini Schonacha, kroz netaknutu prirodu, nalazi se i jezero Blindensee. Ovo je legendarno visoko močvarno jezero koje se nalazi u prirodnom

rezervatu. Do jezera se može doći samo šetalištem. Tamna boja vode čini jezero izgledom dubljim zbog mulja koji prekriva dno. Jezero predstavlja prirodno stanište te pruža mirno i slikovito okruženje za šetnje i promatranje prirode u regiji (izvor: <https://www.hochschwarzwald.de/orte/schonach-im-schwarzwald-a6dcaabb60> ).

*Slika 8 XL sat kukavica*



Izvor: fotografija autora

### **4.3.3. Donauschingen**

Grad na izvoru Dunava predstavlja kombinaciju tradicije i napretka. S jedne je strane kulturni grad i kneževsko sjedište, a s druge strane moderan životni prostor za aktivne ljude. Na slici 9 prikazano je mjesto u Donauschingenu. (izvor: <https://www.donaueschingen.de/de/Stadt-Buerger>).

*Slika 9 Donausingen*

Izvor: fotografija autora

#### **4.3.4. Rust**

Turizam je jedan od glavnih gospodarskih faktora i pokretača razvoja u Rustu. Glavno načelo vijeća i uprave je postizanje ravnoteže između održivog gospodarskog razvoja te socijalnih i ekoloških pitanja. Uključivanje građana u procese odlučivanja izričito je poželjno te se aktivno prakticira na forumima građana o aktualnim temama. Dobra infrastruktura s trgovinama i zdravstvenom skrbi te noćni klubovi i društveni život također opravdavaju atraktivnost ovog područja. Rust je domaćin jednog od najljepših zabavnih parkova na svijetu, Europa-Parka (slika 10). Ova općina postala je poznato i moderno turističko odredište zahvaljujući uspjehu Europa-Parka tijekom posljednja četiri desetljeća. Više od 100 milijuna gostiju iz cijelog svijeta posjetilo je Europa-Park do danas. Svake sezone više od 5 milijuna posjetitelja iz različitih zemalja dolazi kako bi uživali u više od 100 atrakcija i predstava, 15 europskih i 3 tematska područja fantazije, 13 tobogana, 45 tematskih restorana i barova te 6 hotela s četiri zvjezdice. Detaljno tematizirani prostori prema motu „Vrijeme. Zajedno. Doživjeti.“ pružaju nevjerojatno iskustvo posjetiteljima. Rulantica je vodeni svijet koji nudi zabavu za cijelu obitelj tijekom cijele godine. S više od 32.000 četvornih metara vodene zabave, 49 tobogana i vodenih



atrakcija, 2 bara pokraj bazena, 3 saune i 14 tematskih područja. Osim Rulantice, Europa-Parka, YULLBE-a, hotela i avanturističkog odmarališta, Rust također nudi preko 100 različitih događanja tijekom cijele godine, vrhunsku gastronomiju, večernje događaje, komedije, zabave, koncerte, kao i senzacionalne konferencije i proslave (izvor: <https://www.rust.de/zu-gast-in-rust>).

*Slika 10 Europa Park*



Izvor: fotografija autora

#### **4.4. Gastronomija**

Schwarzwald je poznati po različitim jelima od divljači kao što je meso jelena, srne, divljih svinja, zečevi, goveda te pastrva kao i gljiva uz različito bobičasto voće. Podnožje Schwarzwalda je poznato po prvoklasnim crvenim i bijelim vinima s Badenske vinske ceste, zatim vrhunskom voću i povrću i najpoznatijim šparogama i trešnjama, dok zapadna dolina Schwarzwalda nudi prvoklasne šljive. Tipični specijaliteti su Bibiliskäse; to je slojevita torta od sira i luka prekriveni začinskim biljem, potom svinjska lopatica dimljena sa kiselim kupusom, rezanci, prženi krumpirići te svjetski poznata Schwarzwaldska torta sa višnjama ili borovnicama. Poznate su i „poderane“ palačinke i švapske špecle, pečene ili kuhane u varivu, povezane sa sirom ili kisele tripice. Na rubu Schwarzwalda su maultasche koje su osmislili redovnici iz samostana Maulbronn (Maul(bronner)tasche). Osim Schwarzwald torte tu je još

svjetski poznata Schwarzwaldska šunka i Schwarzwaldska pastrva. Uzgajivačnice ribe mogu se pronaći u cijeloj regiji. Hladna i kisikom bogata voda pogodna je za uzgoj kvalitetne pastrve, a ona se poslužuje svježe ulovljena ili dimljena. Schwarzwaldska šunka sa oznakom kvalitete „Tanne im Oval“ (jela u ovalu) je dimljena i bez kostiju te napravljena po tradicionalnim metodama. Schwarzwaldski pršut je jedan od europskih pršuta sa zaštitom izvornosti. Kad je riječ o pićima, badenska vina iz podnožja šume visoko su cijenjena i dobro poznata vina od sjevera do juga, od crnog i sivog pinota do rizlinga. Alde God i Durbacher Klingelberg samo su neki od poznatih vinara regije. Cijenjena je voćna voda od badenskih višanja i šljiva kao i drugog voća, a poznate su i voćne rakije velikih i malih destilata koje se rade od najfinijih destilata te su rijetke poput branda Zibartenschnaps rakije od divljih šljiva. Piva iz Schwarzwalda poznata su po bistroj izvorskoj vodi bogatoj kisikom, a najpoznatije su pivovare poput Rothausa, Alpirsbacha i Gantera (Gantner 2022:151, 152)

Schwarzwald je poznat po restoranima s Michellin oznakama zbog svoje maštovite i vrhunske kuhinje. Najbolji kuhari u Schwarzwaldu su ujedno i najbolji u Njemačkoj i to već desetljećima. U izdanju Michellinova vodiča za 2022. godine Schwarzwald je istaknuo i potvrdio svoju reputaciju „najljepšeg gurmanskog kutka Njemačke“ sa ukupno 34 Michellinove zvjezdice koje sjaje u 26 restorana (izvor: schwarzwald-tourismus.info).

#### **4.5. Tradicionalne nošnje i maske, običaji, karneval**

Želja za raznolikošću i težnja da se bude drugačiji i poseban te da se privremeno pobjegne od dosadnog svijeta oduvijek je bila prisutna diljem svijeta. Jedan od načina da se to postigne je kroz nošenje posebne odjeće ili maski. U vjerskom kontekstu, ova potreba za izražavanjem zajedništva često se manifestira kroz narodne nošnje. Kršćanski blagdani, procesije, hodočašća, krštenja, vjenčanja i sprovodi prigode su za nošenje narodnih nošnji. One predstavljaju umjetničke izraze i vještinu ručne izrade te svjedoče o osjećaju za ljepotu i nevjerojatne stvari. Južni Schwarzwald je regija koja je na vrlo malom području razvila različite tradicije i posebnosti. Gotovo svako selo ima svoju specifičnu nošnju, a alemanski jezik i "Fasnet" su jedinstveni primjeri ove tradicije. U rezervatu biosfere Schwarzwalda mogu se otkriti rezbarije u drvu, tragovi rudarstva, vodenice i mlinovi kao i kulturna blaga, slikarstvo i književnost, koje se mogu istražiti u mnogobrojnim muzejima. Samostanski kompleksi poput crkve Sv. Vlaha svjedoče o važnosti crkve i religioznosti u regiji. Razne seoske tradicije i danas su žive u selima,

kao što je povorka i ukrašavanje šumskih goveda (njem. Almbtrieb), koji se slave kao veliki festival. Arhitektura seoskih kuća u Schwarzwald u njihovim karakterističnim četverovodnim krovovima i prilazima za sijeno pružaju uzbudljive uvide u jedinstvenu kulturu regije (Gatner 2022:151,152).

Jedna od najpoznatijih tradicionalnih nošnji nalazi se u dolinama Kinzig i Gutach, naziva se Bollenhut, a prikazana je na slici 11.

*Slika 11 Bollenhut*



Izvor: fotografija autora

Gotovo svi dijelovi ove narodne nošnje i danas se ručno izrađuju. Najupečatljiviji element Gutachove tradicionalne nošnje je Bollenhut, slamnati šešir ojačan bijelim gipsom, na koji je prišiveno jedanaest velikih i tri prepoznatljiva vunena klupka u obliku križa. Težina šešira je oko 1,5 do 2 kg. Bollenhut je nastao kao rezultat pletenja slame i razvoja slamnatih šešira. Uputa iz 1797. godine od Kneževine Württemberg nalaže da slamnati šeširi trebaju imati „uobičajeni crno-crveni ukras“. Nakon crno-crvenih kružnih površina, ubrzo su dodane pamučne ruže. Za razliku od drugih područja s tradicionalnim nošnjama, tradicija nošenja Bollenhuta u Gutachu je u potpunosti sačuvana. Neudane žene nose crveni Bollenhut uz tradicionalnu nošnju od krizme do vjenčanja, dok su šeširi udanih žena ukrašeni crnim trakama. Ostali dijelovi nošnje uključuju crnu plisiranu suknju, baršunasti steznik s izvezenim cvijećem, ovratnik s izvezenim šljokicama i bijelu košulju s puf rukavima. Bollenhut je početkom 20.



stoljeća bio prikazan na razglednicama i markicama, a od 1920. godine počeo se koristiti u turističkom oglašavanju. Također je postao dio logotipa Schwarzwald Tourismus GmbH u stiliziranom obliku (izvor: <https://tinyurl.com/25yne8k3>).

#### **4.6. Struktura posjetitelja u Schwarzwald**


Od 2009. Turistička zajednica Schwarzwald (njem. Schwarzwald Tourismus GmbH) godišnje ocjenjuje spremnost za posjetu regije i to od strane potencijalnih turista. Na temelju tog istraživanja potvrđuje se da je Schwarzwald ponovno u 2021. najzanimljivija regija od svih njemačkih regija za odmor u područjima planinarenja, brdskog biciklizma i kulinarnstva, odnosno uživanja u gastronomskim specijalitetima i već godinama vodi prepoznatljiv tematski marketing i namjerava to dodatno proširiti i u budućnosti. Izrađena je tematska matrica koja opisuje odnos i važnost tema prema kojima će biti usmjerene aktivnosti. Turistička zajednica Schwarzwald podijelila je aktivnosti na: zdravlje, gastronomija i vino, kultura, priroda, wellness, biciklizam/brdski biciklizam i zimovanje.

Prema dobivenim podacima od 24. siječnja 2023. Turistička zajednica Schwarzwalda definirala je sljedeće ciljne skupine posjetitelja:

1. Imućne obitelji koje čine kućanstva s najmanje jednim djetetom do 18 godina i najmanje 2500 eura neto prihoda kućanstva, a zainteresirane su podjednako za kratke i duge izlete na odmoru u Schwarzwald. Bogate obitelji čine oko jedanaest posto ukupnog stanovništva te su zainteresirane za aktivni odmor.
2. Samci (osobe koje žive u jednočlanom kućanstvu) i parovi bez djece- 35 do 55 godina, najmanje SSS, bez djece u kućanstvu i neto prihodom kućanstva za samce od najmanje 1500 eura, za parove najmanje 2500 eura. Karakteristika ovih posjetitelja je da imaju natprosječan interes za teme kao što su gastronomija, kultura, zdravlje i wellness.
3. Bogati u najboljim godinama- 56 do 74 godine, najmanje srednja škola, bez djece, neto prihodom kućanstva i kućanstva za samce od najmanje 1500 eura, za parove najmanje 2500 eura. Imaju najvišu namjeru putovanja u Schwarzwald i natprosječan interes za teme odnosno područja bogata kulturom, zdravstveni odmor, prirodu i gastronomiju.
4. Mladi bez djece -14 do 34 godine. Ova ciljna skupina natprosječno je zainteresirana za kratke izlete u Schwarzwald, također ima relativno visok udio gostiju koji samo prenoće. Od svih tematskih sadržaja koje Schwarzwald nudi najviše su zainteresirani za prirodu i aktivnosti vezane uz prirodu.

U tablici broj 3 definirana su tematska područja razvoja turizma u Schwarzwald u prema ciljnoj skupini. Značajna je tema priroda i ona je najistaknutija tema profila u Schwarzwald. Više od 80% zainteresiranih za temu priroda smatra Schwarzwald dobrim mjestom za upoznavanje prirode. Najviši broj bodova za tu temu je dobila od strane samaca i parova srednjih godina 87% odnosno 3,9 milijuna potencijalnih turista i oni su vrlo važna ciljna skupina. Najveći turistički potencijal prikazuje ciljnu skupinu bogatih obitelji s 4,1 milijuna potencijalnih posjetitelja. Tema doživljaja prirode ima najveći interesni potencijal od svih ispitanih tema u Schwarzwald.


Tablica 3 Tematska područja razvoja turizma u Schwarzwald u prema ciljnoj skupini

TEMATSKA PODRUČJA RAZVOJA TURIZMA 	ZAINTERESIRANI ZA TEME SCHWARZWALD	BOGATE OBITELJI	SAMCI, PAROVI SREDNJE DOBI	BOGATI U NAJBOLJIM GODINAMA	MLADI BEZ DJECE
ZDRAVLJE	75% (11,3 MIL)	70% (1,4 MIL)	79% (1,7MIL)	<30	<30
GASTRONOMIJA	64% (23,3 MIL)	73% (3,5 MIL)	66% (2,6 MIL)	78% (2,2 MIL)	48% (2,4 MIL)
KULTURA	54% (13,3 MIL)	58% (2,0 MIL)	38 % (1,1 MIL)	54% (1,4 MIL)	41% (1,1 MIL)
PRIRODA	80% (31,4 MIL)	83% (4,1 MIL)	87% (3,9 MIL)	84% (2,5 MIL)	80% (3,6 MIL)
WELLNESS	69% (19,8 MIL)	76% (2,9 MIL)	78% (2,8 MIL)	81% (1,40 MIL)	57% (2,2 MIL)
BRDSKI BIKIKLIZAM	71% (7,3 MIL)	76% (2,0 MIL)	< 30	<30	57% (1,0 MIL)
BIKIKLIZAM	52% (11,9)	59% (1,9 MIL)	58% (1,3 MIL)	46% (1,0 MIL)	52% (1,5 MIL)
PJEŠAČENJE	81% (20,0 MIL)	78% (2,4 MIL)	88% (2,5 MIL)	87% (2,1 MIL)	76% (2,5 MIL)
VINSKI TURIZAM	46% (6,3 MIL)	<30	39% (0,7 MIL)	<30	31% (0,6 MIL)
ZIMOVANJE	61% (8,4 MIL)	68% (1,6 MIL)	<30	<30	46% (1,0 MIL)

Izvor: Izrada autora prema statističkim podacima Turističke zajednice Schwarzwald

U tablici broj 4 prikazani su dobiveni podaci putem maila od 13. ožujka 2023. od Turističke zajednice Schwarzwalda. U navedenoj tablici prikazan je ukupni broj dolazaka turista s naglaskom na ukupni broj odnosno udio dolazaka i broj noćenja hrvatskih turista u Sjevernoj, Srednjoj i Južnoj regiji Schwarzwalda. Za usporedbu je prikazana 2021. godina koja je još uvijek bila obilježena ograničenjima, potvrdama, cijepljenjem jer je zbog pandemije Corona virusa i broj putovanja bio smanjen. Svakako u usporedbi sa 2021. Sjeverni Schwarzwald po dolascima bilježi najveći rast i to za 69 % turista, dok za hrvatske posjetitelje iznosi rast za 101.3 % . Ukupan broj noćenja za turiste je za 47.4 % više od 2021.godine, a za hrvatske posjetitelje iznosi za 57.6 % više, dok je duljina boravka prosjek od 2.6 dana za turiste, a za hrvatske posjetitelje je dulji boravak i to od 5.7 dana, što je veliki napredak za taj dio Schwarzwalda. Južni Schwarzwald najjača je regija u broju dolazaka koji je 2022.godine iznosio 3,355.212, što je za 62.6 % više nego 2021. Broj noćenja 2022. godine koje ukupno iznosi 9, 696.016, odnosno 41.2 % više nego 2021., dok je za hrvatske posjetitelje zbroj 1.219, odnosno za 43.8% više, dok broj noćenja iznosi 6.035, odnosno za 41.3% više nego u 2021. godini. Duljina boravka u toj regiji je 2.9 dana odnosno skoro 3 dana, dok je za hrvatske posjetitelje prosjek 5 dana. Na kraju tablice 2 prikazano je koliko je ukupno ostvareno dolazaka i noćenja u 2022. godini u pokrajini Schwarzwald u usporedbi sa 2021. godinom. Prema podacima je vidljiv broj od 8.074.644 dolazaka te je ostvareno 21.506.036 noćenja. Duljina boravka ukupno je iznosila 2.7, odnosno u prosjeku 3 dana, što svakako dokazuje da Hrvati više posjećuju Sjeverni Schwarzwald od ostalih regija te spomenute pokrajine.

Tablica 4 Podaci o smještajnim objektima u Schwarzwald u 2022. godini prema ukupnom broju posjetitelja iz Hrvatske za Sjeverni, Središnji i Južni Schwarzwald

<b>Podaci o smještajnim objektima (uključujući kampove) u Schwarzwald u 2022.god. prema ukupnom broju za Sjeverni, Središnji i Južni Schwarzwald</b>					
	DOLASCI		NOĆENJA		Duljina boravka
	Ukupno 2022	Usporedba 2021.	Ukupno 2022.	Usporedba 2021.	
	Broj	%	Broj	%	Broj dana
Ukupno Sjeverni Schwarzwald	2.286.196	+69.0	5.924.629	+47.4	2.6
<b>Posjetitelji iz Hrvatske</b>	1.991	+101.3	11.428	+57.6	5.7
Ukupno Srednji Schwarzwald	2.433.236	+54.8	5.885.391	+40.8	2.4
<b>Posjetitelji iz Hrvatske</b>	862	+55.9	3.033	+0.9	3.5
Ukupno Južni Schwarzwald	3.355.212	+62.6	9.696.016	+41.2	2.9
<b>Posjetitelji iz Hrvatske</b>	1.219	+43.8	6.035	+41.3	5.0
<b>UKUPNO SCHWARZWALD</b>	8.074.644	+61.9	21.506.036	+42.8	2.7

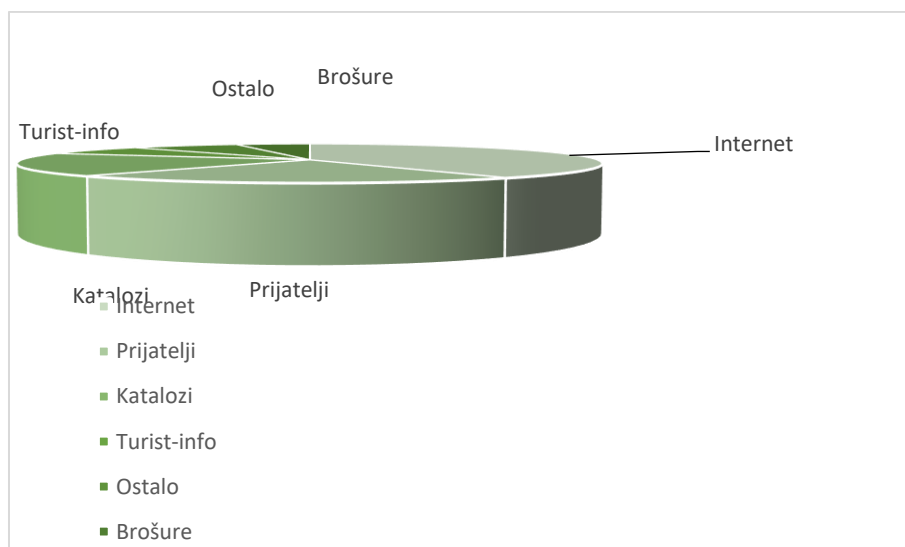
Izvor: Izrada autora prema statističkim podacima Turističke zajednice Schwarzwald

#### 4.7. Promotivne aktivnosti Schwarzwalda

U njemačkom turizmu, prema podacima Njemačke nacionalne turističke zajednice (GNTB), internet igra ključnu ulogu kao najvažniji izvor informacija za turiste. Prema istraživanjima, čak 67% turista se prije svog odmora informira putem interneta posjećujući web stranice smještaja, lokaliteta, regija i saveznih država. Također, mnogi turisti iz inozemstva koriste web stranicu Njemačke nacionalne turističke zajednice (GNTB) kako bi dobili opće informacije o mogućim odredištima putovanja što je vidljivo na grafikonu 2 (izvor: <https://www.germany.travel/en/home.html#current-highlights>).

Drugi važan izvor informacija su prijatelji, rodbina i poznanici, koji čine oko 36% turista. Ovo ukazuje na važnost zadovoljstva turista kao multiplikatora jer zadovoljni turisti preporučuju odredišta i dijele svoje iskustvo s drugima. Ovi podaci jasno pokazuju koliko je internet i međusobna komunikacija među turistima važna u procesu informiranja i planiranja putovanja u Njemačkoj. Turisti se oslanjaju na online izvore kako bi pronašli relevantne informacije o smještaju, atrakcijama, aktivnostima i lokalnoj kulturi. Turističke organizacije i pružatelji usluga moraju stoga osigurati prisutnost na internetu i pružiti kvalitetne informacije kako bi privukli i zadovoljili potrebe modernih turista.

*Grafikon 2 Prikaz izvora informacija u Njemačkoj*



Izvor: Izrada autora prema podacima Njemačke nacionalne turističke zajednice (GNTB), <https://www.germany.travel/en/home.html#current-highlights>

Digitalizacija je imala značajan utjecaj na promjenu komunikacijske dinamike u turizmu, posebno u posljednjim godinama. Internet i novi mediji stvorili su nove kanale komunikacije s mogućnošću doseganja velikog broja ljudi. Tematske kampanje putem Facebook oglasa, online portala i društvenih medija postali su važan dio komunikacijske promocije, omogućujući ciljanoj skupini da se poveže s brandom ili destinacijom. Unatoč rastu digitalnih kanala, klasični medijski odnosi i press aktivnosti još uvijek zadržavaju svoju važnost. Tiskovna putovanja, konferencije i priopćenja za javnost, kao i urednički priloz i reklame u relevantnim

publikacijama, pružaju priliku za dosezanje ciljane publike i pružanje relevantnih informacija. U Schwarzwald, podcast nazvan „Schwarzwald auf die Ohren“ („Schwarzwald za tvoje uši“) privlači preko 4000 slušatelja koji uživaju u zanimljivim pričama i korisnim savjetima za putovanja u ovu regiju. Audio formati pružaju autentičan doživljaj i mogu biti snažan alat za promociju destinacija. Sve ove komunikacijske strategije i kanali imaju za cilj informirati, potaknuti i motivirati turiste da odaberu Schwarzwald kao svoje odredište za odmor (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/partnernet/informatiog/geschaeftsberichte>). Konus kartica je uvedena u Schwarzwald 2005. godine kako bi omogućila gostima sveobuhvatnu i održivu mobilnost. Projekt „Digitalna Konus kartica gosta“ omogućuje besplatno korištenje autobusa i vlakova u turističkoj regiji Schwarzwald, što gostima omogućava istraživanje regije putem javnog prijevoza čime se pruža praktičnost, fleksibilnost i doprinosi održivom turizmu te smanjenju prometnih gužvi i negativnog utjecaja na okoliš (izvor: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/planen-buchen/konus-gaestekarte>). Kampanja „Kuck Kuck“ ističe slikovitu i kulturnu raznolikost područja Schwarzwald te autentično iskustvo prirode promovirajući bogatu turističku ponudu, uključujući kuće za odmor, apartmane, pansionere i individualne hotelske usluge. Poseban fokus je na ponudama za obitelji i manje grupe s ciljem brzog vraćanja ponude na razinu prodaje prije pandemije i osiguravanja uspješne turističke sezone u Schwarzwald (izvor: <https://www.schwarzwaldtourismus.info/partnernet/beteiligungsangebote/kampagne->).

## **5. ISTRAŽIVANJE O POZNAVANJU TURISTIČKIH RESURSA TE POSJEĆENOST HRVATA SCHWARZWALDU**

U prethodnim poglavljima kroz teorijski okvir prikazani su podaci o geografskoj lokaciji Schwarzwalda, turističke destinacije Njemačke kao i turistička ponuda regije Schwarzwald i ukupni broj turista koji posjećuju pokrajinu Schwarzwald. U ovom poglavlju bit će prikazani rezultati istraživanja o poznavanju i posjećenosti Hrvata spomenutoj pokrajini. Putem anketnog upitnika provede će se istraživanje kako bi se utvrdilo jesu li ispitanici već posjetili destinaciju Schwarzwald te ako nisu, jesu li zainteresirani za njezin posjet. Ispitanici će također biti ispitani koliko su upoznati s najatraktivnijim turističkim resursima Schwarzwalda.

### **5.1. Metodologija istraživanja**

Nakon prikupljenih podataka iz sekundarnih izvora, daljnji podaci su prikupljeni iz primarnih izvora, metodom ispitivanja pomoću kreiranog anketnog upitnika u aplikaciji Google Forms alata u razdoblju od 10 dana, odnosno od 25. svibnja do 05. lipnja 2023. godine. Anketa je metodološki alat ispitivanja stavova sudionika, a navedena anketa sadrži 17 pitanja. Istraživanje je provedeno na uzorku od 180 ispitanika, a podaci su bili prikupljeni internetskim putem, na društvenim mrežama i njihovim grupama „Savjetnik za putovanja Europom“, „Njemačka-Putovanje i izleti, savjeti i iskustva“, „Putoholičarski savjetnik za jeftina i ugodna putovanja“, „Najam kuće Gorski kotar i Kontinentalna Hrvatska“ te „Dnevna doza Paole i ekipe“. Osnovna populacija su turisti ili potencijalni turisti koji su korisnici tih društvenih mreža odnosno grupa i oni su nasumično odabrani iz različitih skupina i mjesta te je anketni upitnik bio anonimn. Dobiveni podaci obrađeni su u Microsoft Excelu te objašnjeni u sljedećem poglavlju. Za istraživanje mišljenja stvarnih i potencijalnih turista pokrajine Schwarzwald odabrano je opisno istraživanje. Cilj je prikupiti njihove dojmove, preferencije i interese kako bi se bolje razumjela njihova perspektiva i potrebe vezane uz destinaciju.

### **5.2. Karakteristike uzorka**

Anketiranje se provodilo online radi jednostavnosti, brzine prikupljanja podataka te nepostojanja financijskih troškova.

Kroz pitanja u anketnom upitniku prikupljeni su osnovni podaci o ispitanicima ( demografska i socio-ekonomska obilježja turista). Anketni upitnik ispunilo je 180 ispitanika od čega 138

osoba ženskog spola, odnosno 76,7 % te 43 osobe muškog spola, odnosno 23,9%. Drugo pitanje odnosilo se na dob ispitanika, a prikupljeni su sljedeći podaci: najveći broj ispitanika dobne je skupine između 40 i 55 godina i to njih 8, odnosno 45%, potom je dobna skupina od 25 do 39 i to njih 72, odnosno 40%, 7,8 % odnosno 14 ispitanika dobne je skupine od 18 do 24 te 7,2% odnosno 13 njih dobne skupine 55 i više. Što se tiče radnog statusa najveći postotak odnosi se na zaposlene osobe i to 81,7%, potom 8,3 % čine nezaposlene osobe, 5,6 % studenti/ce te 4,4 % umirovljenici. Također, za potrebe istraživanja karakteristika ispitanika prikupljeni su podaci o stupnju postignutog obrazovanja, a prikupljeni su sljedeći podaci: 102 ispitanika, odnosno 56,7 %, ima završenu srednju školu, potom 46 ispitanika, odnosno 25,6%, ima završen diplomski studij, 23 ispitanika, odnosno 12,8 %, ima preddiplomski studij, 4,4 %, odnosno 8 ispitanika ima osnovnu školu te 7 ispitanika, odnosno 3,9 %, ima poslijediplomski studij.

Pitanja iz anketnog upitnika bila su sljedeća:

1. Spol
2. Dob
3. Radni status
4. Stupanj postignutog obrazovanja
5. Odlazite li na godišnji odmor izvan svoje županije i mjesta stanovanja?
6. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "DA", koliki je prosječan broj dana Vašeg godišnjeg odmora izvan mjesta stanovanja?
7. Gdje najčešće provodite svoj odmor?
8. Jeste li posjetili kao turist Saveznu Republiku Njemačku?  
Za ispitanike koji nisu bili u Njemačkoj
9. Koji je razlog da nikad niste posjetili Njemačku kao turist?
10. Biste li voljeli posjetiti pokrajinu Schwarzwald?
11. Što biste Vi istaknuli da je po Vašem mišljenju najprepoznatljiviji turistički resurs Schwarzwalda?  
Za ispitanike koji su posjetili Njemačku
12. Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa "DA" koji je bio Vaš motiv / razlog posjete Njemačkoj?
13. Jeste li posjetili saveznu državu Baden-Württemberg kao turist?
14. Ako ste posjetili saveznu državu Baden-Württemberg koji je Vaš stupanj zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste?
15. Na što pomislite kada čujete riječ Schwarzwald?



16. Što biste istaknuli da je po Vašem mišljenju najprepoznatljivija turistička ponuda Schwarzwalda?

17. Ako ste bili u Schwarzwaldu, biste li preporučili svojim prijateljima da kao turisti posjete tu regiju?

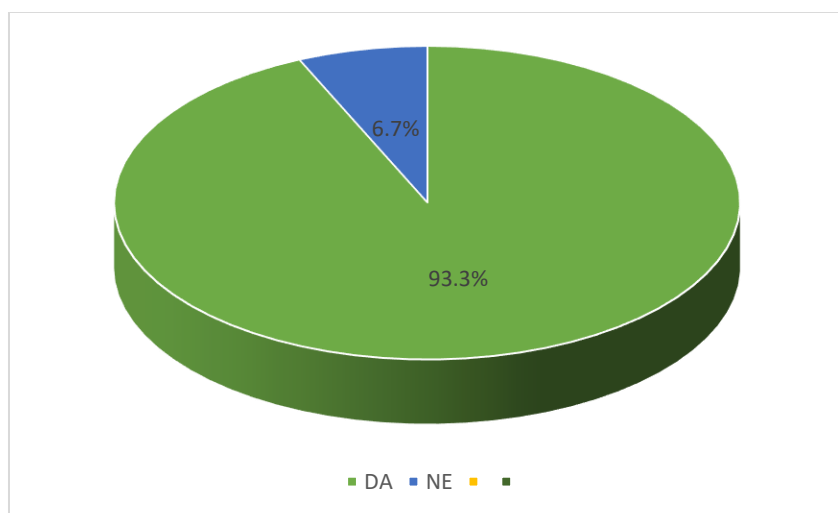
### 5.3. Rezultati istraživanja

U nastavku istraživačkog rada su opisno predstavljeni rezultati provedenog anketnog istraživanja. Od ukupnog broja pitanja, prva četiri se odnose na socio-ekonomska pitanja ispitanika koja su analizirana u točki 5.2., stoga će ovdje biti prikazani rezultati od petog pitanja.

*Pitanje 5: Odlazite li na godišnji odmor izvan svoje županije i mjesta stanovanja?*

Odgovori ispitanika prikazani su u grafikonu 3. Od 180 ispitanika njih 168 (93,3 %) odgovorilo je da odlaze na godišnji odmor izvan svoje županije i mjesta stanovanja dok je 12 ispitanika (6,7%) odgovorilo da ne odlazi.

*Grafikon 3 Stav ispitanika o odlasku na godišnji odmor*



Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

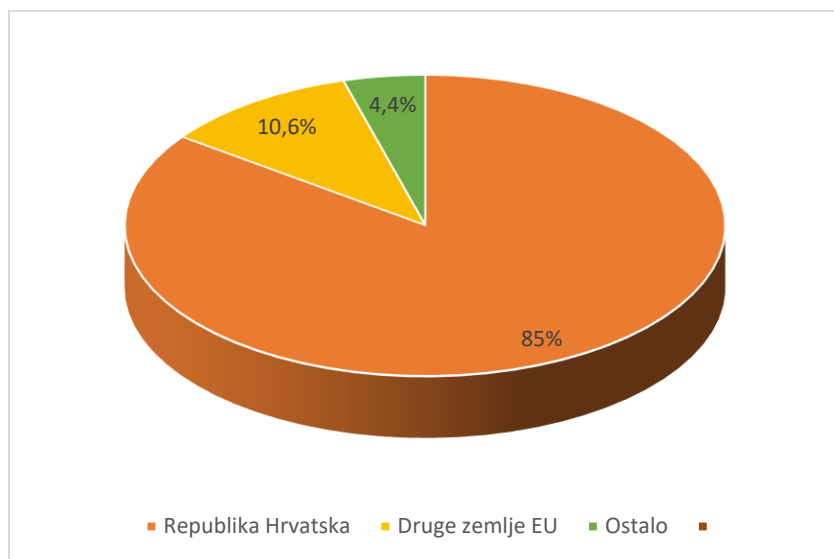
*Pitanje 6: Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "DA", koliki je prosječan broj dana Vašeg godišnjeg odmora izvan mjesta stanovanja?*

Na 6. pitanje koliko ispitanika odlazi na godišnji odmor ispitanici koji su pozitivno odgovorili na prethodno postavljeno pitanje sa „DA“ odgovorili su sljedeće: 37,9% odlazi na godišnji između 8 do 14 dana, 33,9 % njih odlazi na godišnji odmor na 4 do 7 dana, 23 % više od 14 dana, 4% njih odlazi na 1 do 3 dana.

*Pitanje 7: Gdje najčešće provodite svoj odmor?*

Na grafikonu 4 prikazani je rezultat 7. pitanja gdje ispitanici najčešće provode godišnji odmor, a njih 85% (153) odgovorilo je da u RH, 10,6 % (19 ispitanika) odgovorilo je u drugim EU zemljama, dok je ostatak ispitanika 4,4% (8 ispitanika) odgovorilo da borave kod kuće ili u drugim zemljama poput BiH, Srbije itd.

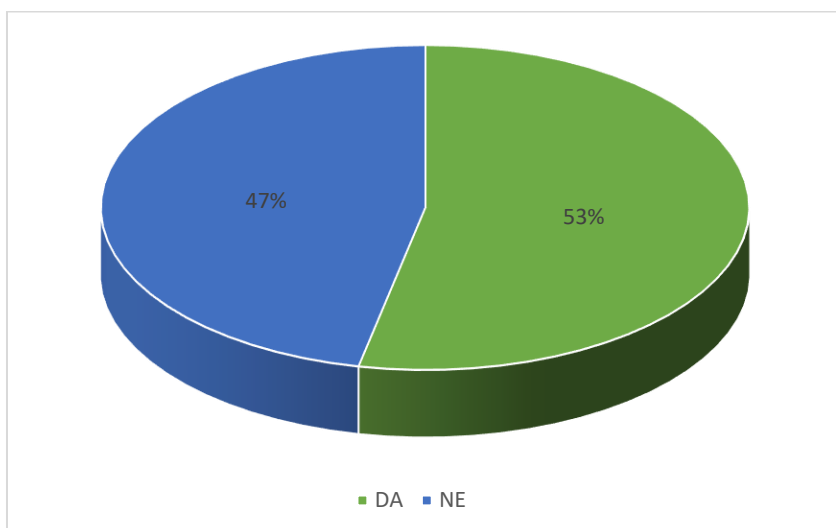
*Grafikon 4 Stav ispitanika gdje provode godišnji odmor*



Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

*Pitanje 8: Jeste li posjetili kao turist Saveznu Republiku Njemačku?*

U grafikonu 5 na postavljeno 8. pitanje jeste li posjetili kao turist Saveznu Republiku Njemačku 53,3 % (96 ispitanika) odgovorilo je da „DA“ dok je 46,7 % (84 ispitanika) odgovorilo s „NE“.

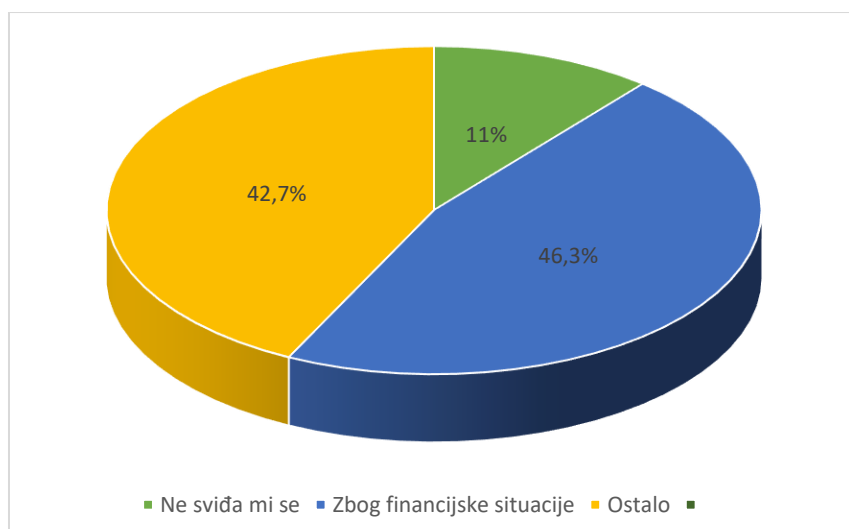
*Grafikon 5 Stav ispitanika o posjeti Saveznoj Republici Njemačkoj u svojstvu turista*

Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

82 ispitanika nije posjetilo Saveznu Republiku Njemačku kao turisti te su navedenim ispitanicima postavljena pitanja od broja 9 do 11.

*Pitanje 9: Koji je razlog da nikad niste posjetili Njemačku kao turist?*

Odgovori ispitanika na pitanje broj 9 bili su sljedeći: ne sviđa mi se je odgovorilo 11% (9 ispitanika), zbog financijske situacije 46,3% (38 ispitanika) dok je ostalih 35 ispitanika odnosno 42,7% odgovorilo da nije bilo prilike ili interesa za tu destinaciju.

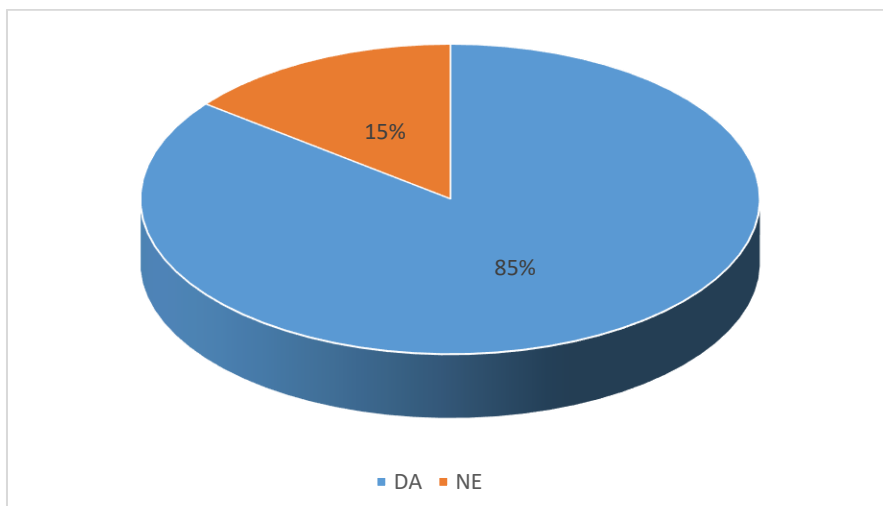
*Grafikon 6 Razlog neposjećenosti Savezne Republike Njemačke*

Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

*Pitanje 10: Biste li voljeli posjetiti pokrajinu Schwarzwald?*

Ispitanici su na pitanje broj 10 odgovorili sljedeće: 71 ispitanik (85,5%) bi želio posjetiti Schwarzwald, dok se 12 (14,5%) ispitanika izjasnilo da ne bi voljeli posjetiti Schwarzwald. Rezultati su prikazani u grafikonu 7.

*Grafikon 7 Stav ispitanika vezano uz to bi li voljeli posjetiti regiju Schwarzwald*

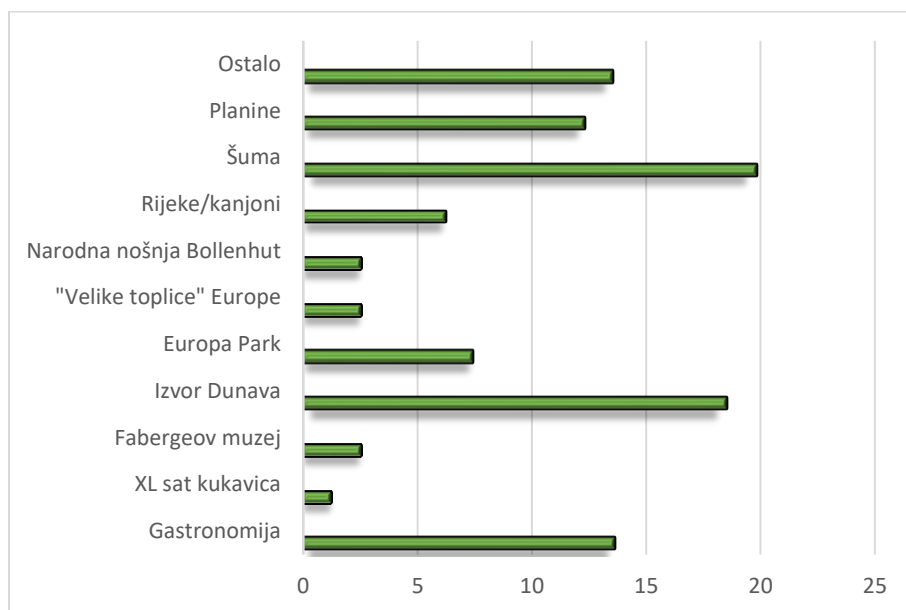


Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

*Pitanje 11: Što biste Vi istaknuli da je po Vašem mišljenju najprepoznatljiviji turistički resurs Schwarzwalda?*

Odgovori ispitanika na pitanje broj 11 bili su: 19,8 % „Crna šuma“, 18,5 % izvor Dunava, 13,6 % gastronomija, 12,3 % planine, 7,4 % Europa Park, 6,2 % rijeke i kanjoni, 6,2 % ispitanika odgovorilo je da ne zna, 2,5 % ispitanika narodna nošnja Bollenhut, 2,5 % „Velike Toplice“, 2,5 % Fabergeov muzej, 1,2 % prirodne ljepote i kultura, 1,2 % XL sat kukavica, 1,2 % sve navedeno te je 7,4 % ispitanika kao odgovor navelo da ne poznaje okolinu.

Grafikon 8 Prepoznatljivost turističkog resursa Schwarzwald

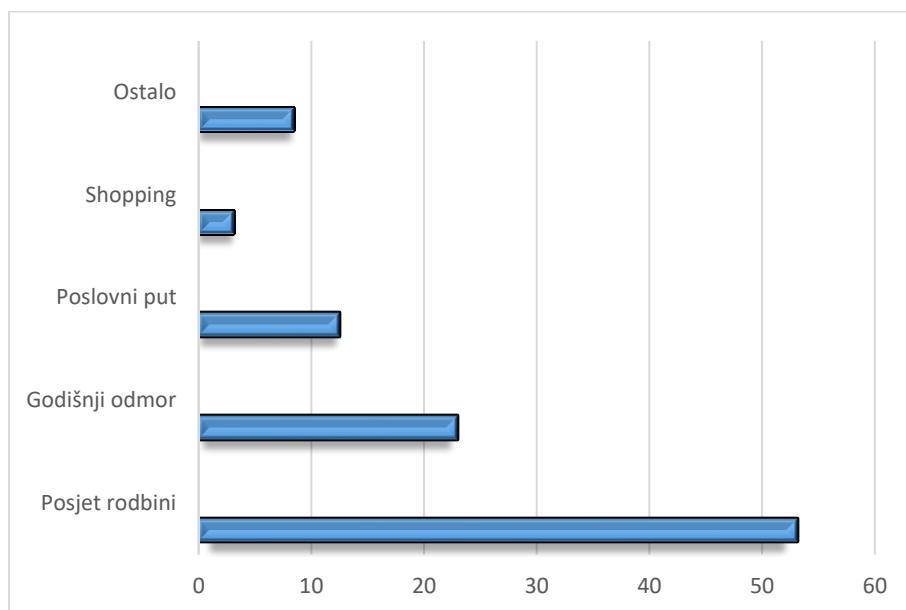


Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Sljedeći niz pitanja odnosio se na ispitanike koji su odgovorili da su bili u Njemačkoj.

*Pitanje 12: Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa "DA" koji je bio Vaš motiv / razlog posjete Njemačkoj?*

Ukupno je 96 ispitanika istaknulo da su posjetili Njemačku, a odgovori na 12. pitanje koje se odnosilo na motiv, odnosno razlog posjete Njemačkoj, su sljedeći: posjet prijateljima/ rodbini 53,1 % (51 ispitanik), godišnji odmor 22,9 % (22 ispitanika), poslovni put 12,5 % (12 ispitanika), shopping 3,1 % (3 ispitanika). Ukupno je 8 ispitanika dalo različite odgovore koji su pojedinačno iznosili 1%, a odgovori su bili: slučajni put, živio sam u Njemačkoj, došla sam u Njemačku zbog ljubavi, rad na neodređeno, jednodnevni izlet, odlazak na liječenje, živim u Njemačkoj te je u sklopu putovanja Njemačka bila usputna destinacija. Navedeni odgovori prikazani su u grafikonu broj 9.

*Grafikon 9 Motiv dolaska ispitanika u saveznu državu Baden-Württemberg*

Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

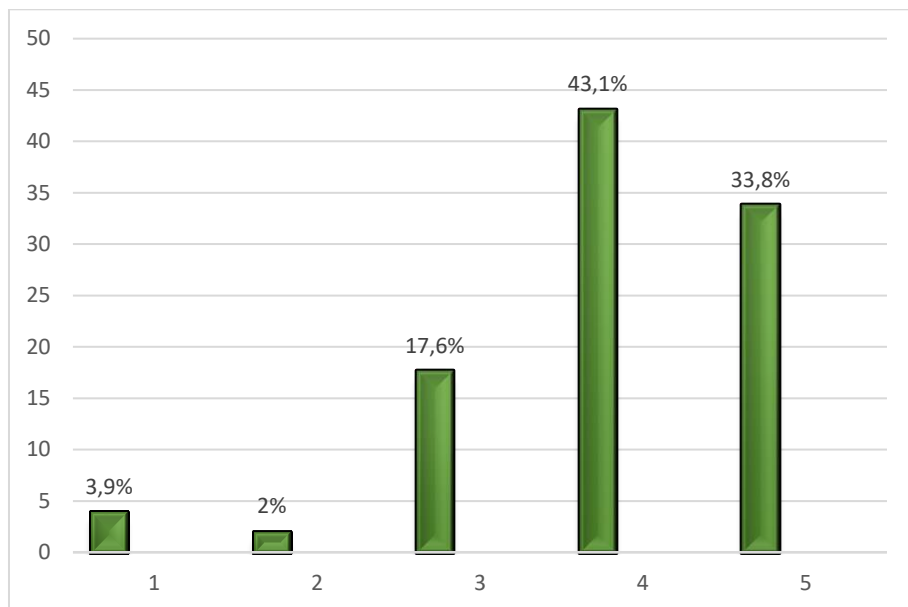
*Pitanje 13: Jeste li posjetili saveznu državu Baden-Württemberg kao turist?*

Na pitanje broj 13 jesu li posjetili saveznu državu Baden-Württemberg kao turist 52,1 % (50 ispitanika) je odgovorilo s „NE“ dok je 47,9% (46 ispitanika) odgovorilo s „DA“.

*Pitanje 14: Ako ste posjetili saveznu državu Baden-Württemberg koji je Vaš stupanj zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste?*

U nastavku je prikazani grafikon 10 i odgovori na pitanje broj 14 o stupnju zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste u saveznoj državi Baden-Württemberg. Prema odgovorima ispitanika (njih 51) možemo vidjeti da 43,1%, odnosno 22 ispitanika, je bilo vrlo zadovoljno dok je njih 17, odnosno 33,3%, bilo iznimno zadovoljno, 2 ispitanika, odnosno 3,9%, izjasnilo se da su bili izrazito nezadovoljni.

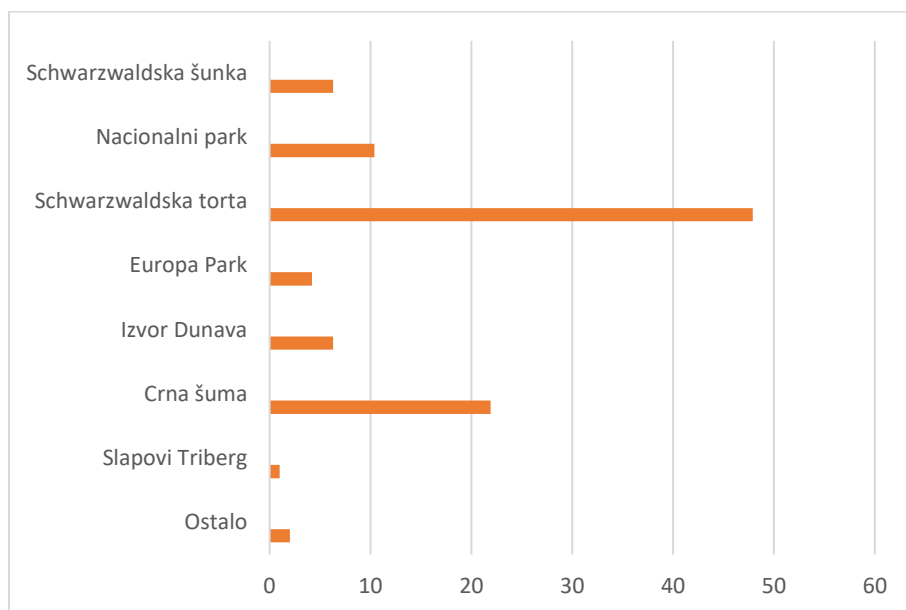
*Grafikon 10 Stupanj zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste u saveznoj državi Baden-Württemberg*



Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Pitanje 15: Na što pomislite kada čujete riječ Schwarzwald?

Za ispitanike koji su posjetili regiju Schwarzwald, od 96 ispitanika na pitanje što pomislite kada čujete riječ Schwarzwald, u grafikonu 11 je prikazano da je najveći broj ispitanika, njih 47,9 % ( 46 ispitanika) odgovorilo da prvo pomisle na Schwarzwaldsku tortu, 21,9 % ( 21 ispitanik) pomisli na Crnu šumu, 10,4 % (10 ispitanika) na Nacionalni park, 6,3 % (po 6 ispitanika) na Schwarzwald šunku i izvor Dunava, 4,2 % ( 4 ispitanika) na Europa park, 1% (1 ispitanik) na slapove Triberg te 1% (1 ispitanik) na banku i 1% ( 1 ispitanik) na TV seriju. Odgovori ispitanika na navedeno pitanje prikazani su grafički u grafikonu broj 11.

*Grafikon 11 Asocijacija ispitanika na riječ Schwarzwald*

Izvor: izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

***Pitanje 16:** Što biste istaknuli da je po Vašem mišljenju najprepoznatljivija turistička ponuda Schwarzwalda?*

Prema mišljenju ispitanika najpoznatija turistička ponuda Schwarzwalda na prvom mjestu je priroda sa 31,8 % (28 ispitanika), na drugom mjestu pješčenje i planinarenje sa 18,2 %, (16 ispitanika) potom gastronomija sa 15,9 % (14 ispitanika), toplice/lječilišta sa 11,4% (10 ispitanika), Europa park sa 10,2% (9 ispitanika), pivo sa 5,7% (5 ispitanika), biciklizam sa 2,3% (2 ispitanika), kockarnice/casina sa 1,1% (1 ispitanik) dok su sa ne znam odgovorila 3,4% (3 ispitanika).

***Pitanje 17:** Ako ste bili u Schwarzwaldu biste li preporučili svojim prijateljima da kao turisti posjete regiju?*

Na pitanje broj 17 bi li preporučili prijateljima da posjete regiju kao turisti 68,8 % ( 66 ispitanika) odgovorilo je da bi preporučili, dok je 29,2 % (28 ispitanika) odgovorilo da nisu sigurni bi li preporučili, dok se 2,1 % ( 2 ispitanika) izjasnilo da ne bi preporučili tu destinaciju.



#### **5.4. Ograničenja**

Kao najvažnije ograničenje istraživanja je uzorak, odnosno namjerni online uzorak koji nije u potpunosti vjerodostojan, što utječe na dobivene rezultate. Drugo važno ograničenje je vezano uz uzorak odnosno ispitanike koji nisu iz svih krajeva Republike Hrvatske. Vjerodostojniji rezultati dobili bi kada bi u istraživanju sudjelovali ispitanici iz svih županija. Kratak vremenski rok, nasumičnost izabranika provođenja istraživanja te veličina uzorka također predstavljaju ograničenja istraživanju.

## 6. ZAKLJUČAK

Baden-Württemberg je jedna od 16 saveznih država Njemačke. Smještena je na jugozapadu zemlje i graniči s Francuskom, Švicarskom i drugim njemačkim saveznim državama. Ova regija ima bogatu povijest, kulturu i prirodne ljepote te je jedna od najrazvijenijih i najgušće naseljenih područja u Njemačkoj.

Uzimajući u obzir sve prikupljene informacije i rezultate istraživanja, možemo zaključiti da regija Baden-Württemberg, posebno Schwarzwald, ima ogroman potencijal za turizam i privlačenje posjetitelja iz različitih dijelova svijeta. Njena bogata kulturna i povijesna baština, predivna priroda, kao i raznovrsne turističke atrakcije čine je izuzetno atraktivnom destinacijom. Raznolika turistička ponuda Schwarzwalda obuhvaća obilazak slikovitih sela, arhitekturu tradicionalnih crnih šumskih kuća, posjetu povijesnim lokalitetima i istraživanje brojnih staza za šetnje i planinarenje. Također, regija je poznata po svojim wellness centrima i termalnim izvorima koji pružaju mogućnosti za opuštanje i revitalizaciju. Osim najposjećenijih mjesta, Schwarzwald je poznat i posjećen zbog bogate eno-gastro ponude i različitih manifestacija koje se održavaju tijekom godine. Gastronomija Schwarzwalda odražava bogatstvo i autentičnost njemačke kuhinje s naglaskom na lokalne sastojke i tradicionalne recepte. Ova regija nudi širok izbor jela koja zadovoljavaju različite ukuse i preferencije posjetitelja. Neke od karakterističnih gastronomskih specijaliteta Schwarzwalda uključuju: Schwarzwälder Schinken (Schwarzwaldska šunka), Schwarzwälder Kirschtorte (Schwarzwaldska torta od trešanja), Flammkuchen (Pljeskavica), Spätzle (posebna tjestenina) i Schwarzwälder Wurstsalat (Schwarzwaldska salata od kobasica). Schwarzwald je također poznat po svojim vinima i pivima. Ova regija u Njemačkoj ima pogodne uvjete za uzgoj vinove loze i proizvodnju kvalitetnih vina, ali i piva.

Održivost i očuvanje prirodnog okoliša imaju ključnu ulogu u razvoju turizma u Schwarzwald. Turističke organizacije, lokalne vlasti i dionici turizma kontinuirano rade na održivom upravljanju turističkim resursima kako bi se osiguralo dugoročno očuvanje prirodnih ljepota regije i zadovoljstvo posjetitelja. Potrebno je istaknuti i ulogu lokalnih stanovnika u razvoju turizma Schwarzwalda. Njihova gostoljubivost, tradicionalna kultura i očuvanje lokalnih običaja doprinose autentičnom doživljaju regije i privlače posjetitelje iz različitih dijelova svijeta. Uz kontinuirani razvoj turističke infrastrukture, promociju regije na nacionalnoj i međunarodnoj razini te pružanje kvalitetnih usluga, Schwarzwald ima potencijal postati jedna

od vodećih turističkih destinacija u Njemačkoj. Upravo njegova jedinstvena kombinacija prirodne ljepote, kulturne baštine i aktivnosti na otvorenom privlači sve veći broj posjetitelja. Također je važno pratiti tržišne trendove i prilagođavati turističku ponudu prema interesima posjetitelja.

Prema odgovorima ispitanika postoji korelacija između visine budžeta i odabira destinacije. Međutim, trendovi pokazuju rastući interes za prirodne ljepote, opuštanje i kvalitetan zrak, što privlači sve više posjetitelja iz Hrvatske i drugih zemalja. To ukazuje na važnost kontinuiranog ulaganja u očuvanje prirodnog okoliša, ali i unaprjeđenje turističke infrastrukture kako bi se zadovoljile potrebe različitih skupina posjetitelja.

Sveukupno, regija Baden-Württemberg i sam Schwarzwald ima sve potrebne elemente za uspješan razvoj turizma, a njena bogata kulturna baština, prekrasna priroda i angažirane turističke organizacije pružaju veliki potencijal za daljnji rast i privlačenje posjetitelja. Nastavak suradnje između javnog i privatnog sektora, promocija održivog turizma i kontinuirano ulaganje u kvalitetu usluga ključni su za ostvarivanje dugoročnog uspjeha i zadovoljstva posjetitelja u regiji Baden-Württemberg.

## 7. LITERATURA

1. Curić Z., Glamuzina N., Opačić V.T. (2013) Geografija turizma – regionalni pregled. Zagreb: Ljevak d.o.o.
2. Čavlek N. i sur. (2011), Turizam – Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga
3. Dr. Volkner Gantner, (2022) Schwarzwald, Schwarzwald
4. Europa-park, <https://www.europapark.de/de/park> (31.05.2023.)
5. Enciklopedija (2007), Opća i nacionalna u 20 knjiga, XVIII. Knjiga Sa – St, Zagreb: Pro Leksis d.o.o.
6. Fabergeov muzej, <https://faberge-museum.de/en/home/> (31.05.2023.)
7. Golob, M., Sirotić, T., i Golob, M. (2014). Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, 2(1), str. 27-40. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/128877> (31.05.2023.)
8. Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (31.05.2023.)
9. Informativni turistički ured Baden-Württemberg, <https://bw.tourismusnetzwerk.info/>, (23.01.2023.)
10. Karte Schwarzwalda, <https://www.schwarzwald-kompass.de/schwarzwald-karte/> (23.05.2023.)
11. Kušen, E. (2002), Turistička atrakcijska osnova, Zagreb: Institut za turizam
12. Magaš, D. (1997), Turistička destinacija. Opatija, Sveučilište u Rijeci: Hotelijerski fakultet Opatija.
13. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018), Menadžment turističke organizacije i destinacije, (online) <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:819416>, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
14. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019), Istraživanje turističkih tržišta.2. izd. Zagreb: Ekonomski fakultet
15. Nacionalni park Baden Württemberg, <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/wald-und-naturerlebnis/naturerlebnis/naturparke/sieben-naturparke/naturpark-schwarzwald-mitte-nord> (01.06.2023.)
16. Nacionalni park Schwarzwald, <https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de/erklaerung-zur-barrierefreiheit> (01.06.2023.)
17. Nacionalni park, <https://www.bernau-schwarzwald.de/eip/pages/naturpark-suedschwarzwald.php> (31.05.2023.)

18. Opačić, Vuk Tvrтко B. Vukonić, N. Čavlek (ur.) (2001), Rječnik turizma, Zagreb: Masmedia
19. Schonau, <https://www.hochschwarzwald.de/orte/schonach-im-schwarzwald-a6dcaabb60> ( 23.05.2023.)
20. Senečić J., Grgona J.,(2006), Marketing menadžment u turizmu, Zagreb: Mikrorad
21. Sjeverni Schwarzwald, <https://www.schwarzwald-travel.de/Regionales/Nordschwarzwald/>
22. Statistički ured Baden-Württemberg. <https://www.statistik-bw.de/> (23.01.2023.)
23. Schwab K., (2013), Word Economic Forum 2013 – 2014, (online) [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf) , (23.3.2023.)
24. Turistička agencija Schwarzwald, <https://www.schwarzwald-tourismus.info> (19.05.2023.)
25. UNESCO, <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/biosphaerenreservate/biosphaerenreservate-deutschland/schwarzwald>, (05.06.2023.)
26. UNWTO Germany <https://www.eunwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0280010020172021202211> , (30.05.2023.)
27. Vodič kroz putovanja.<https://www.autoeurope.hr/vodic-kroz-putovanja-njemacka/> (19.05.2023.)
28. Vukonić B., Keča K. (2001), Turizam i razvoj: Pojam, načela, postupci, Zagreb: Mikrorad

**POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1 Struktura obrazovanja u turizmu prema podacima Eurostata za 2021. godinu .....	15
Grafikon 2 Prikaz izvora informacija u Njemačkoj .....	36
Grafikon 3 Stav ispitanika o odlasku na godišnji odmor .....	40
Grafikon 4 Stav ispitanika gdje provodi godišnji odmor .....	41
Grafikon 5 Stav ispitanika o posjeti kao turist Saveznoj Republici Njemačkoj .....	42
Grafikon 6 Razlog ne posjećenosti Savezne Republike Njemačke.....	42
Grafikon 7 Stav ispitanika da li bi voljeli posjetiti regiju Schwarzwald.....	43
Grafikon 8 Prepoznatljivost turističkog resursa Schwarzwald .....	44
Grafikon 9 Motiv dolaska ispitanika u saveznu državu Baden-Württemberg .....	45
Grafikon 10 Stupanj zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste u saveznoj državi Baden-Württemberg .....	46
Grafikon 11 Asocijacija ispitanika na riječ Schwarzwald .....	47

**POPIS SLIKA**

Slika 1 Geografski položaj Schwarzwalda.....	16
Slika 2 Sjeverni Schwarzwald.....	17
Slika 3 Središnji Schwarzwald.....	17
Slika 4 Južni Schwarzwald.....	18
Slika 5 Turistički resursi Schwarzwalda .....	21
Slika 6 Baden- Baden.....	25
Slika 7 Fabergeov muzej danas .....	26
Slika 8 XL sat kukavica .....	27
Slika 9 Donausingen.....	28
Slika 10 Europa Park.....	29
Slika 11 Bollenhut.....	31

**POPIS TABLICA**

Tablica 1 Statistički podaci dolazaka turista u Savezne države Njemačke za 2022. ....	11
Tablica 2 Dolasci i noćenja u Baden -Württembergu u 2022. godini prema zemlji porijekla. 19	
Tablica 3 Tematska područja razvoja turizma u Schwarzwald u prema ciljnoj skupini.....	33
Tablica 4 Podaci o smještajnim objektima u Schwarzwald u 2022. godini prema ukupnom broju posjetitelja iz Hrvatske za Sjeverni, Središnji i Južni Schwarzwald .....	35

## PRILOZI

### Anketni listić

Odjeljak 1 od 4

### ANKETNI UPITNIK -Informiranost Hrvata sa turističkim resursima i ponudom pokrajine Schwarzwald

Poštovani/a, ja sam Mirjana Boban studentica 3.godine preddiplomskog stručnog studija Menadžmenta turizma i sporta u Čakovcu i ljubazno Vas molim da izdvojite nekoliko minuta svojeg vremena u svrhu ispunjavanja ovog anketnog upitnika.

Istraživanjem se žele prikupiti podaci koliko je Hrvata posjetilo pokrajinu [Schwarzwald](#), koliko ih je zainteresirano kao i o samoj upućenosti o ukupnoj turističkoj ponudi (kulturno-povijesnoj, gastronomiji, prirodne ljepote itd.) i turističkim resursima [Schwarzwalda](#). Cilj je istražiti poznavanje i stavove postojećih i potencijalnih posjetitelja iz Republike Hrvatske kako bi se poboljšala ponuda i usmjerile aktivnosti za povećanje broja posjetitelja iz Republike Hrvatske.

*Podaci prikupljeni ovim upitnikom koristiti će se na povjerljiv način u skladu s GDP smjernicama i koristiti će se samo u svrhu izrade istraživačkog i završnog rada.*

*Podaci prikupljeni ovim anketnim upitnikom su anonimni.*

Predviđeno vrijeme za popunjavanje upitnika je 5 minuta.

Zahvaljujem Vam se na popunjavanju upitnika!

Nakon odjeljka 1 Nastavi na sljedeći odjeljak

Odjeljak 2 od 4

Odjeljak bez naslova

Opis (po izboru)

Spol \*

Ženski

Muški



Dob \*

18 - 24

25 - 39

40 - 55

55 i više

Radni status \*

student/ica

zaposlen/a

nezaposlen/a

umirovljenik/ica

Stupanj postignutog obrazovanja \*

osnovna škola

srednja škola

preddiplomski studij

diplomski studij

poslijediplomski studij

Odlazite li na godišnji odmor izvan svoje županije i mjesta stanovanja? \*

1. DA
2. NE

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "DA", koliki je prosječan broj dana Vašeg godišnjeg odmora izvan mjesta stanovanja?

- od 1 do 3 dana
- od 4 do 7 dana
- od 8 do 14 dana
- više od 14 dana
- Ostalo...

Gdje najčešće provodite svoj odmor? \*

- U Republici Hrvatskoj
- Druge zemlje EU
- Ostalo...

Jeste li posjetili kao turist Saveznu Republiku Njemačku? \*

- DA
- NE

Za ispitanike koji nisu bili u Njemačkoj



Opis (po izboru)

Koji je razlog da nikad niste posjetili Njemačku kao turist?

- Ne sviđa mi se
- Zbog financijske situacije
- Ostalo...

Biste li voljeli posjetiti pokrajinu Schwarzwald?

- DA
- NE

Što bi Vi istaknuli po Vašem mišljenju da je najprepoznatljiviji turistički resurs Schwarzwalda?

- Gastronomija
- XL sat kukavica
- Fabergeov muzej
- Izvor Dunava
- Europa Park
- "Velike toplice" Europe
- Narodna nošnja Bollenhut
- Rijeke/kanjoni

Za ispitanike koji su posjetili Njemačku ✕ ⋮

Opis (po izboru)

---

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa "DA" koji je bio Vaš motiv / razlog posjete Njemačkoj? \*

Godišnji odmor

Poslovni put

Shopping

Posjet prijateljima/rodbini

Ostalo...

---

Da li ste posjetili saveznu državu Baden-Württemberg kao turist? \*

DA

NE

---

Ako ste posjetili saveznu državu Baden-Württemberg koji je Vaš stupanj zadovoljstva sadržajem i pristupačnošću za strane turiste?

1   2   3   4   5

nisam uopće zadovoljan sadržajem i pristupačnošću                  potpuno sam zadovoljan sadržajem i pristupačnošću

---

Na što pomislite kada čujete riječ Schwarzwald? \*

Schwarzwaldska šunka

Crna šuma

Nacionalni park

Europa park

Slapovi Triberg

Schwarzwaldska torta

Set kukavica

Izvor Dunava

Ostalo...

Što bi ste istaknuli po Vašem mišljenju da je najprepoznatljivija turistička ponuda Schwarzwalda?

- Gastronomija
- XL sat kukavica
- Europa Park
- Toplice/lječilišta
- Kockarnice/casina
- Priroda
- Pješačenje/planinarenje
- Biciklizam
- Pivo
- Ostalo...

Ako ste bili u Schwarzwald u da li bi preporučili svojim prijateljima da kao turisti posjete mjesto? \*

- DA
- NE
- NISAM SIGURAN