



UNIVERZITET U NOVOM SADU
PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET
DEPARTMENT ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO



Mr Radovan Živanović

**TURISTIČKA ORGANIZACIJA REKREATIVNIH
AKTIVNOSTI SAVEZNE REPUBLIKE NEMAČKE
I MOGUĆNOSTI NJIHOVE PRIMENE
NA SRBIJU I CRNU GORU**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Novi Sad, 2006.

*Mojoj deci, Sandri i Andreju
pod motom "nikad nije kasno"!*

SADRŽAJ

PREDGOVOR	5
UVOD	6
I OPŠTE KARAKTERISTIKE SAVEZNE REPUBLIKE NEMAČKE	8
1. Turističko-geografski položaj Savezne Republike Nemačke	8
1.1. Geografski položaj	8
1.2. Turistički položaj Nemačke	10
2. Prirodne karakteristike	13
2.1. Reljef	13
2.2. Hidrografija	17
2.3. Klima	22
2.4. Biljni i životinjski svet	24
2.5. Ekološki problemi	25
3. Stanovništvo SR Nemačke	29
3.1. Broj stanovnika	29
3.2. Struktura stanovništva	32
3.3. Životni standard stanovništva	37
3.4. Političko i društveno uređenje Savezne Republike Nemačke	37
4. Privreda SR Nemačke	37
5. Naselja	47
II OPŠTE TURISTIČKE KARAKTERISTIKE SRBIJE I CRNE GORE	54
1. Turističko-geografski položaj Srbije i Crne Gore	54
1.1. Geografski položaj	54
2. Prirodne turističke vrednosti Srbije i Crne Gore	56
2.1. Crnogorsko primorje	56
3. Planine Srbije i Crne Gore kao turističke vrednosti	58
3.1. Izletničko-rekreativne planine	58
3.2. Sportsko-manifestacione planine	58
3.3. Kulturno-manifestacione planine	60
3.4. Planine – nacionalni prakovi	60
3.5. Zdravstveno-lečilišne planine	60
3.6. Planine lovišta	60
3.7. Planine memorijali	61
3.8. Planine – sekundarna boravišta	61
4. Termomineralni izvori i banje	61
5. Jezera u Srbiji i Crnoj Gori značajna za turizam	62
5.1. Đerdapsko jezero	62
5.2. Skadarsko jezero	63

5.3 Paličko jezero	63
6. Reke u Srbiji i Crnoj Gori značajne za turizam	65
6.1. Dunav	65
6.2 Tisa	66
6.3 Sava	66
6.4 Drina	66
6.5 Tara	67
7. Antropogene turističke vrednosti	67
7.1. Arheološke turističke vrednosti	67
7.2. Spomeničke turističke vrednosti	67
8. Gradovi Srbije i Crne Gore kao turističke vrednosti	69
8.1 Glavni gradovi republika i pokrajina	69
8.2 Gradovi na važnim saobraćajnicama	70
8.3 Gradovi koji poseduju posebnu turističku privlačnost	70
9. Objekti svetske baštine	71
10. Materijalna baza kao osnova turizma Srbije i Crne Gore	71
III OPŠTI ASPEKTI TURISTIČKE REKREACIJE	69
1. Slobodno vreme i razvoj turističke rekreacije	69
1.1. Uvod u teoriju	70
1.2. Istorijski razvoj turističke rekreacije	72
1.3 Životni modeli industrijskih društava	73
1.4. Specifični aspekti slobodnog vremena	73
2. Turizam	74
2.1 Pojam turizma	74
2.2 Definisanje turizma	76
2.3 Turistički oblici i forme	78
2.4 Društveno ekonomski značaj turizma	79
2.5 Zdravstveni turizam	79
2.6 Kulturno-vaspitna funkcija turizma	79
2.7 Politički značaj turizma	79
3. Teorijske osnove rekreacije	80
3.1 Pojam rekreacije	80
3.2. Podela rekreacije	80
3.3. Karakteristike turističke rekreacije	82
3.4 Elementi turističke rekreacije	82
4. Faktori turističke rekreacije	83
4.1 Patogeni faktori	83
4.2. Stimulativni faktori	84
4.3 Međuslovljenost rada i turističke rekreacije	84
5. Oblici turističke rekreacije	84
5.1. Fiziološka rekreacija	85
5.2. Kondiciona rekreacija	86
5.3. Terapijska rekreacija	87
5.4. Socio-kulturna	89
5.5. Lukrativna	90
5.6. Specijalni oblici rekreacije	91
5.7. Tipovi rekreacije hendikepiranih lica	93
6. Oblici turističke rekreacije prema starosnom dobu	95
6.1 Deca i omladina (omladinski turizam)	95

6.2. Radno aktivno stanovništvo	98
6.3. Treće doba – seniori	99
6.4. Postavljanje problema	100
7. Sociološki oblici rekreacije	102
7.1 Individualna rekreacija	102
7.2 Porodična	103
7.3 Timska	103
8. Turistička rekreacija prema tipovima radnih mesta	104
8.1. Tipovi rekreacije intelektualnih radnika	104
8.2. Tipovi rekreacije manuelnih radnika	105
8.3. Tipovi rekreacije tehničko-proizvodnih radnika	106
IVI ZBOR TURISTIČKIH MESTA U SR NEMAČKOJ SA	
KARAKTERISTIČNIM OBLICIMA REKREACIJE.....	107
1. Rekreacija u primorskim turističkim mestima	107
1.1 Morske banje i lečilišta	108
1.2. Ostrvo Rigen (Rugen)	111
2. Planinska turistička regija u Nemačkoj	121
3. Banje kao centri zdravstvenog turizma	126
3.1. Rekreativne aktivnosti u banjskim turističkim mestima	
(KURORTE I HIELBADER)	126
4. Turistički gradovi	138
4.1. Keln (Köln)	138
4.2. Gradski centri kao turistička mesta.....	142
5. Zimski turizam.....	143
5.1 Zimski turistički centar u Bavarskoj (Freistadt Bayern)	144
5.2 Zimski turistički centar Algoj	145
5.3 Oberjoh (Oberjoch)	146
6. Turistička rekreacija na jezerima	148
6.1 Najpoznatija turistička jezera Nemačke	148
7. Turizam na vodi (Wassertourismus)	153
7.1 Pomorski turistički saobraćaj	154
7.2 Rekreacija na rekama.....	154
7.3 Rekreacija na jezerima	156
V ZAVRŠNA RAZMATRANJA.....	157
1. Aspekti proučavanja turizma	157
1.1 Ekonomski značaj turističke rekreacije	157
1.2. Turizam između ekonomije i ekologije	158
1.3. Turizam kao značajna privredna grana	162
1.4 Značaj i uloga saobraćaja u turizmu	175
1.5 Turistički marketing	181
1.6. Turizama kao nova kultura konzumiranja.....	188
1.7. Alternativni turizam	191
1.8 Klasična turistička putovanja	194
1.9 Sportska rekreacija.....	197
1.10. Biciklistički turizam ili turisti sa biciklom (Fahrradtourismus)	201
1.11. Politički turizam	204
1.12. Kongresni turizam	204
1.13. Kratka turistička putovanja – vikend turizam	206

SADRŽAJ

1.14. Golf turizam	207
1.15. Mobilni turizam – auto-karavan – turizam	208
1.16. Kulturni turizam	210
1.17. Turistička rekreacija i zdravlje	232
1.18. Turistička politika i turističke organizacije u SR Nemačkoj	235
1.19. Edukacija i turistička rekreacija	239
2. Edukacija kadrova u turizmu SR Nemačke	240
3 Turizam i turistička povezanost SR Nemačke i Srbije i Crne Gore	244
3.1. Iseljenički turizam (“Dijaspora” ili ”Gastarbaiterski turizam”)	244
4. Globalizacija i njene posledice za razvoj turizma	247
4.1. Nova tržišta i međunarodne organizacije	249
4.2. Tehnički i tehnološki napredak	251
5. Neki od problema koji negativno utiču na razvoj turizma	254
5.1. Terorizam	254
5.2. Terorizam i turizam	255
5.3. Prirodne katastrofe	256
5.4. Ratovi	257
5.5. Bolesti	257
VI ZAVRŠNE NAPOMENE	263
1. Stanje i budući razvoj turizma i turističke organizacije u Saveznoj Republici Nemačkoj	263
2. Stanje turističke privrede u Srbiji i Crnoj Gori i mogućnosti primene nemačkih iskustava kod nas u praksi u perspektivi	265
3. Tendencija rasta turizma na svetskom nivou	267
3.1. Vasijski ili kosmički turizam	268
VI LITERATURA	271

PREDGOVOR

Povodom izrade doktorske disertacije “Turistička organizacija rekreativnih aktivnosti Savezne Republike Nemačke i mogućnosti njihove primene u Srbiji i Crnoj Gori”, veliku zahvalnost izražavam dr Jovanu Romeliću, profesoru Prirodno-matematičkog fakulteta, Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo u Novom Sadu, koji mi je svojim naučno-stručnim savetima i kolegijalnom strpljivošću mnogo pomogao u koncipiranju i izradi ovog rada.

Ovom prilikom se posebno zahvaljujem dr Stevanu Stankoviću, redovnom profesoru Geografskog fakulteta u Beogradu, koji je svojim savetima i pomaganjem oko naučne i stručne literature dao značajan doprinos izradi ovog rada. Bio mi je od izuzetne pomoći.

Posebno sam dužan da se zahvalim dr Stanoju Stojanoviću, redovnom prof. Univerziteta u Novom Sadu, koji mi je davao značajan podsticaj i ohrabrenje u kritičnim trenucima izrade ovog rada.

Autor

UVOD

Tema doktorske teze je “TURISTIČKA ORGANIZACIJA REKREATIVNIH AKTIVNOSTI SAVEZNE REPUBLIKE NEMAČKE I MOGUĆNOST NJIHOVE PRIMENE NA SRBIJU I CRNU GORU”. Ima za cilj da bude osnova za proučavnije iskustava Nemačke i njihovu praktičnu primenu u Srbiji i Crnoj Gori.

Savezna Republika Nemačka je jedna od najvećih država Evrope, ali i zemlja sa jednom od najjačih privreda u svetu. Na primeru ove zemlje mogu se pratiti sve pozitivne i negativne posledice industrijalizacije, kao i nastanak, razvoj i organizacija rekreativnih aktivnosti.

U prvom delu rada date su opšte karakteristike turizma Savezne Republike Nemačke sa naglaskom na prirodnim i antropogenim turističkim vrednostima, uz isticanje određenih ekoloških problema.

U drugom delu rada dat je veoma kratak pregled prirodnih i društveno-ekonomskih karakteristika Srbije i Crne Gore, posmatrano u svetlu potencijala koje one imaju u turizmu, uz primenu i organizaciju turističke rekreacije na nov način – kako se to primenjuje u Saveznoj Republici Nemačkoj.

U trećem delu rada pošlo se od potrebe da se teorijski i praktično istakne značaj rekreacije za zdravlje ljudi. Ovo poglavlje bavi se prezentacijom mišljenja nemačkih autora u vezi sa teorijskim i praktičnim saznanjima o važnosti i delovanju rekreacije u životu ljudi. Posebno je istaknuta povezanost života industrijskih i postindustrijskih društava sa potrebom upražnjavanja raznih oblika rekreacije u cilju poboljšanja kvaliteta života i očuvanja i unapređenja zdravlja.

U četvrtom poglavlju dat je izbor određenih turističkih mesta i regija u Nemačkoj, koja bi mogla, zbog svojih karakteristika, dobro poslužiti kao primer i ilustracija za naše turističke stručnjake. U Nemačkoj postoji veliki broj turističkih mesta, koja bi mogla poslužiti kao model glavne teme našeg rada. Istaknuto je po jedno mesto iz svake, od nekoliko afrimisanih turističkih regija kao model i iskustvo koje bi bilo korisno preuzeti i u praksi primeniti u turizmu Srbije i Crne Gore.

U rezimeu rada, tj. u završnim razmatranjima dat je prikaz turističke privrede i probleme koje može doneti razvoj masovnog turizma, posebno kad je u pitanju zaštita prirodne okoline i ostalih prirodnih resursa. Tu smo prikazali i značaj zdravstvenog, kulturnog i ostalih vidova turizma. U sklopu obrade teme, nije bez značaja nivo obučenosti i osposobljenosti kadrova koji rade u turističkoj privredi. Posebno smo istakli pozitivne pomake koje je Savezna Republika Nemačka

ostvarila u ovoj sferi, a i stalno nastojanje da se ide dalje u unapređenju turističke politike na nivou države.

Pošto je turizam višeznačna pojava, koja se stalno razvija disperzno i kontinuirano, pomenuli smo i neke nove vrste turističkih kretanja, kao što su: estetski, iseljenički, vasijski i virtuelni turizam. Na osnovu svega što smo izneli u ovom radu, uzeli smo da predstavimo mogući tok razvoja turizma u svetu.

Na osnovu sinteze iskustava, koja su predstavljena potiču iz najrazvijenijih turističkih regija Nemačke, sa određenom praksom – koju već imaju naši turistički poslenici – uz unapređenje edukacije turističkih kadrova i ukupne turističke infrastrukture, može dovesti do velikog i značajnog napretka našeg turizma – i onog koji se razvija u Srbiji, i u Crnoj Gori.

I

OPŠTE KARAKTERISTIKE SAVEZNE REPUBLIKE NEMAČKE

1. Turističko-geografski položaj Savezne Republike Nemačke

Turističko-geografski položaj Nemačke predstavlja osnov za razvoj turizma, uključujući i ostale prirodne i društvene resurse. Turističko-geografski položaj je veoma povoljan zbog veličine SR Nemačke, izlaza na dva važna mora (Baltičko i Severno more), zatim zbog centralnog položaja Nemačke u Evropi i važne političke, privredne, saobraćajne i kulturne povezanosti sa severnom, zapadnom, južnom i istočnom Evropom. Nakon ujedinjenja u jedinstvenu državu (sa bivšom DDR) turistički položaj Nemačke se još značajnije popravio. Posle rušenja Berlinskog zida i uklanjanja ideoloških, političkih i ekonomskih prepreka, koje su je delile od država istočne Evrope, položaj Nemačke dobio je još veći strateški značaj. Treba dodati da je sa proširenjem Evropske unije prema istoku i uključivanjem novih zemalja (Poljske, Češke, Slovačke, Letonije, Litvanije i Estonije) – položaj Nemačke još više dobio na značaju.

1.1. Geografski položaj

Nemačka zauzima centralni položaj u Evropi sa svojom kompaktnom teritorijom površine od 357.022 km², a pritom se graniči sa devet zemalja (navodimo i dužinu tih granica za svaku zemlju pojedinačno):

- sa Danskom, granica iznosi 67 km;
- sa Holandijom, granica iznosi 567 km;
- sa Belgijom, granica iznosi 156 km;
- sa Luksemburgom, granica iznosi 135 km;
- sa Francuskom, granica iznosi 448 km;
- sa Švajcarskom, granica iznosi 316 km;
- sa Austrijom, granica iznosi 816 km;
- sa Poljskom, granica iznosi 442 km.

(Izvor: Institut für Landeskunde, Leipzig, 1999; Deutschland auf einen Blick – Nationalatlas Bundesrepublik deut. Freizeit und Tourismus 2000.)



Savezna Republika Nemačka - fizička karta

Najudaljenije tačke: na pravcu sever – jug, sa rastojanjem od 876 km vazdušne linije, a pravac istok – zapad dug je 640 km vazdušnom linijom. Pošto Nemačka zauzima središnji položaj u Evropi, po prirodi stvari, preko nje vode sve najvažnije komunikacije sa severa, zapada, juga i istoka Evrope. Geografsku pogodnost čini i izlazak na dva mora – Baltičko i Severno more, koja su povezana

Kilskim kanalom, čime je skraćen plovni put između dva navedena mora. Pogodnom geografskom položaju Nemačke doprinosi i to što je ona vodenim putem, rekama Rajnom, Majnom i Dunavom, povezana sa podunavskim zemljama; pa je s tim preko njene teritorije omogućen prevoz robe i putnika na relaciji Severno more – Crno more, tj. uspostavljena je veza između ova dva mora.

Nemačka ima dominantan položaj u Evropi jer sve važnije saobraćajne komunikacije, iz raznih pravaca, prolaze preko njene teritorije. Tome doprinosi i dobra saobraćajna povezanost unutar same Nemačke. Istočna Evropa povezana je sa Nemačkom geografski, privredno, kulturno i politički. Isti nivo značajnosti ima mesto Nemačke u Evropskoj uniji. Sa proširenjem Unije prema istoku, geografski položaj Nemačke postaje još važniji.

1.2. Turistički položaj Nemačke

Turistički položaj svake zemlje definišu sledeće turistički relevantne relacije:

1. položaj prema glavnim turističkim pravcima;
2. položaj prema glavnim turističkim disperzitivima;
3. položaj prema glavnim konkurentskim zemljama.

(Izvor: J. Romelić, N. Ćurčić, Turistička geografija Jugoslavije, PMF – Institut za geografiju, Novi Sad, 2001.)

Položaj prema glavnim turističkim pravcima

Severna, srednja, i u poslednje vreme istočna Evropa, povezana je turističkim pravcima sever – jug, istok – zapad, zapad – istok, zapad – jugoistok; svi ovi turistički pravci vode preko teritorije SR Nemačke. Ovo je značajno i za samu Nemačku koja je istovremeno i imitivna i emitivna turistička zemlja, sa veoma razvijenim svim vrstama turističkog kretanja. Pravac, koji povezuje severnu Evropu sa zapadnim, centralnim i istočnim mediteranskim pravcem, predstavlja izvanrednu sponu sa navedenim turističkim pravcima.

Položaj prema glavnim turističkim disperzitivima

Treba ukazati na činjenicu da su Nemci najveći turistički putnici na svetu, ali je i Nemačka zemlja razvijenog turizma, sa velikom receptivnom bazom. Poslednjih godina Nemačku je posećivalo 19 miliona turista godišnje. Glavne turističke disperzive čine susedne zemlje, zemlje Istočne Evrope, kao i turisti iz velikog broja zemalja sveta (SAD, Japan, Kina, Rusija itd.).

Povoljan geografski i turistički položaj, savremena infrastruktura, veliki broj prirodnih i antropogenih motiva, kao i razvijena privreda, čine Nemačku veoma interesantnom zemljom. Obale Severnog i Baltičkog mora, Srednje planine i Alpi na jugu sa mnogobrojnim jezerima, uključujući gradove sa puno kulturno-



Savezna Republika Nemačka - karta

istorijskih spomenika, veliki broj sajmova i kongresa, čine da Nemačka ima povoljan položaj prema turističkim disperzivima.

Položaj prema konkurentskim turističkim zemljama

Nemačka se graniči sa devet država, od kojih je osam učlanjeno u Evropsku uniju (izuzev Švajcarske). Prostor Evropske unije – kao jedinstven politički, kulturni, ekonomski i pravni prostor – predstavlja i jedinstven turistički prostor, sa istim navikama i standardima.

Nemačka, i pored raznovrsnih odlika svog položaja (Severno i Baltičko more, Srednje planine i Alpi na jugu); sa svojim istorijskim, ekonomskim i kulturnim specifičnostima, ipak nema značajnije prednosti kao turistička zemlja u odnosu na svoje susede. Razlog je u tome što sve granične zemlje pripadaju istom ekonomskom, političkom i kulturnom krugu. Prednost Nemačke prema susedima je u njenom funkcionalnom položaju. Prof. dr. J. Romelić navodi njen funkcionalni položaj, a njega ističe i prof. Ž. Jovičić u svojoj knjizi "Turistička kretanja u Jugoslaviji 2, kao i prof. Stanković, koji dalje razrađuje pojam i podelu funkcionalnog položaja uopšte. Prema ovim navodima, funkcionalni položaj može se posmatrati u smislu:

- 1) polivalentnosti položaja;
- 2) kontaktnosti položaja;
- 3) tranzitnosti položaja;
- 4) faktora spajanja i prožimanja.

Na osnovu gore navedene podele, o funkcionalnom položaju Nemačke mogu se doneti sledeći zaključci.

Polivalentnost položaja Nemačke – Nemačka zauzima prostor koji je, geografski gledano, veoma raznovrstan. Tome doprinose obale Baltičkog i Severnog mora na koje ona izlazi, zatim nizija na severu, planinski masivi srednje Nemačke, kao i Bavarska sa Alpima. Ove geografske oblasti razlikuju se dosta, ne samo po reljefu, već i kulturno-istorijski i ekonomski. Složenost geografskog prostora doprinela je formiranju raznovrsnih turističkih sadržaja po pokrajinama i turističkim regijama u njoj.

Kontaktnost položaja Nemačke – Veliki broj graničnih država (9), sa različitim istorijom, jezikom i tradicijom daje složenost položaju Nemačke.

Tranzitnost položaja Nemačke – Tranzitni položaj Nemačke ogleda se u tome što kroz nju prolaze međunarodni putni pravci (drumski, železnički i avionski). Tranzitnost položaja ogleda se i u tome što glavne saobraćajne veze iz skandinavskih zemalja, u pravcu juga, jugozapada i jugoistoka Evrope, vode preko teritorije Nemačke. Drugi internacionalni pravac vodi iz zapadne Evrope prema jugu i jugoistoku (V. Britanija, Francuska, Holandija, Belgija) i prema istočnoevropskim zemljama. Jugoistočni pravac, koji povezuje zapadnu i srednju Evropu sa azijskim kontinentom, takođe je važan pravac koji će u budućnosti biti od još veće važnosti. Ovaj putni pravac posebno je važan za Srbiju i Crnu Goru.

Spajanje i prožimanje prostora Nemačke – Nemačka – zbog složenosti svog geografskog položaja i činjenice da je okružena velikim brojem država i različitih naroda i kultura, s jedne strane, a pritom je i članica Evropske unije, s druge strane – predstavlja zemlju gde dolazi do mešanja različitih kultura i naroda, kao i do političke i privredne integracije koja vodi nastanku jedne nadnacionalne države zvane – Evropa.

2. Prirodne karakteristike

2.1. Reljef

Da bismo shvatili savremeno značenje Nemačke i stepen razvijenosti turizma i turističke rekreacije, potrebno je upoznati i prirodne karakteristike zemlje kao osnov toga razvoja. Teritorija SR Nemačke sastoji se od kontinentalnog jezgra i primorja uz Severno i Baltičko more.

Savezna Republika Nemačka ima raznovrstan reljef koji se sastoji od širokih i dugih ravnica na severu. Idući prema jugu teren Nemačke se postepeno uzdiže (Srednjenemačke planine) do krajnjeg juga, gde se uzdižu Alpi; najduži i najviši planinski venac u Evropi. Teritorija Nemačke je različita – prekrivena je ravnicama i planinama, kao dominantnim geomorfološkim oblicima u reljefu – koji su različiti po postanku, izgledu, dužini i pravcima pružanja, flori i fauni, te se zato svi ovi elementi različito kvalifikuju pri turističkoj valorizaciji. Teritorija SR Nemačke može se u fizičko-geografskom smislu podeliti na sledeće regije.

Zemljište (tlo)

Zemljišta su složen ekološki sistem koji je osnov za život biljnog i životinjskog sveta, a samim tim i čoveka. Sa porastom broja stanovnika na Zemlji, ekosistemi na kopnu i u vodi predstavljaju najvažnije prirodne resurse. Prema izveštaju Svetske organizacije za ishranu (FAO) kao i Organizacije Ujedinjenih nacija za zaštitu prirodne sredine (ONEP) došlo je do degradacije obradivih površina koja je nastala usled erozije zemljišta. Ova erozija nastala je zbog rada vetrova. Zbog suša mnoge poljoprivredne površine su izgubljene i pretvorene su u pustinje. Problem se još više zaoštrava jer je došlo do povećanja svetskog stanovništava.

Severnanemačka ravnica

Severnonemačka ravnica prostire se od oblaskog pojasa Severnog i Baltičkog mora na severu, uključujući i ostrva i poluostrva), zahvata prostor prema jugu u dubini od 150-250 km, sve do Srednjenemačkih planina (Mittelgebirge). Severnonemačka ravnica nastala je za vreme glacijalnog perioda, tj. nastala je pre 600.000 godina, a njeno formiranje završeno je pre 22.000 godina. Na pojedinim mestima na obalama Severnog i Baltičkog mora, pored peska, može se naći i krečnjak i gips (najviše na ostrvima Rigen i Helgoland).

U okviru Severnonemačke ravnice možemo izdvojiti nekoliko manjih prirodnih celina, i to:

- Šlezvig-Holštajn (Schleswig – Holschtein) i baltička obala;
- baltička obala pokrajine Meklenburg Forpomern (Mecklenburg Vorpommern);
- obala Severnog mora;
- Gest (Geest);
- brežuljci Šlezvig-Holštajna (Schleswig-Holschtein und Hügeland);

- Merkiše ravnica (Märkische Tiefebene);
- južna uzvišenja;
- luke i zalivi.

Baltička obala – Šlezvig-Holštajn (Schleswig-Holschtein)

Ovaj prostor zauzima baltičku obalu, pokrajinu Šlezvig-Holštajn i Meklenburg Forpomern. Prostor se formirao u glacijalnom periodu pre oko 10.000 godina. Topljenjem leda nastali su mali zalivi “förden” sastavljeni od morenskog materijala.

Baltička obala pokrajine Meklenburg Forpomern (Mecklenburg-Vorpommern)

Obala i veći deo ravnice Meklenburg Forpomern u poslednjoj glacijalnoj fazi bile su potopljene. Vetrovi i talasi formirali su peskovita ostrva i poluostrva – Dars (Daß), Cingst (Zingst), Hidense (Hiddensee), Rigen (Rügen).

Obala Severnog mora (Nordkiste)

Ova obala je nešto drugačija u odnosu na baltičku obalu. Ovde plima i oseka igraju važnu ulogu u formiranju peščanih sprudova (dina) i ostrva – Istočno-frizijska i Severnofrizijska ostrva sa relativno dubokim ušćima reka: Elbe, Vezera (Weser) i Emsa. Obale su peskovite i veoma plitke. Južnije od obala nailazi se na ravničarsko, peskovito i neplodno zemljište. Istočno od reke Vezer uzdižu se peskoviti brežuljci i uzvišenja – dine na kojima rastu trave i četinari – Linenburger Hajde (Lünenburger Heide).

Unutrašnjost Šlezvig-Holštajna i Meklenburg-Forpomerna

Ovaj region predstavlja prostor za odmor i rekreaciju. Ovaj prostor se nadovezuje na Meklenburšku ravnicu, čije je peskovito zemljište pretvoreno u poljoprivredne i zelene površine. Jedan deo ove teritorije nalazi se na visinama od 200 metara nadmorske visine i sa borovim šumama. Na obodu brežuljkastog pojasa sa nadmorskom visinom od oko 200 m. Biljni svet je ovde nešto siromašniji zbog hladnije i suvlje klime.

Središnje planine (Mittelgebirge)

Od Severnonemačke ravnice ovaj region je udaljen oko 400 km i nalazi se južnije od Baltičkog i Severnog mora. U blizini reke Dunava nalaze se Središnje planine. Ove planine imaju nadmorsku visinu koja se kreće od 450-1000 m. Najvećim delom su prekrivene šumom, sa plodnim dolinama koje su ispresecane rekama – Rajnom i njenim pritokama: Nekarom, Majnom i Mozalom; zatim rekom Vezer i njenim pritokama – Fuldom i Verom, i rekom Labom i njenom pritokom Sale, a na jugu rekom Dunav. Region Srednjih planina ima veliki broj jezera koja



Prirodni park jelena i divljih svinja (Eine Safari Park in der Eifel Daun)

Ovaj prirodni park sa jelenima i divljim svinjama nalazi se u neposrednoj blizini banjskog mesta Daun. Park se prostire na površini od 200 ha šume i pašnjaka, a kroz njega prolazi 8 km "Safari-puta" koji koriste gosti banje i ostali posetioци. Pored mogućnosti razgledanja životinja, postoje i posebna igrališta u prirodi koja su izgrađena za razonodu dece. Ova igrališta i posete prirodnom parku imaju za cilj da deca nauče da žive u prirodi kao i da steknu neka saznanja o značaju čuvanja prirode.

U sklopu prirodnog parka postoji informativni centar i centar za proučavanje insekata sa zbirkom od oko 700.000 primeraka iz čitavog sveta, a od toga 40.000 iz srednje Evrope. Zato ovaj park ima i edukativni značaj za mladu populaciju.

Banja sa svojim sadržajima, kombinovana sa zanimljivostima prirodnog parka, predstavlja poučan primer kako treba valorizovati prirodni prostor u funkciji pružanja bogatog turističko-rekreativnog sadržaja i u našoj zemlji.

su značajna za razvoj turizma. U Srednjenemačke planine spadaju sledeće planine: Eurel, Vestervald, Harc, Zauerland, Tirińska šuma i Švarcvald. Ovaj planinski masiv nastao je pre oko 300 miliona godina i neke od ovih planina bogate su ugljem (Rurska oblast). Rurska oblast se zbog velikog bogatstva u uglju razvila u najveću industrijsku regiju sveta.

U tercijeru, koji je trajao od 65-5 mil. godina, Srednjenemačke planine su pretrepele snažne tektonske poremećaje koji su nastali usled snažne vulkanske aktivnosti. To se vidi na planinama Zibengebirge, Ajfelu, Fogelsbergu. Pošteđene nisu ostale ni planine Falcer (Pfälzer Wald), Švarcval (Schwarzwald) i Spesart (Spessart). Pre oko 15 miliona godina ovo područje doživelo je katastrofu nakon pada meteorita na planinu Švapska Jura (Schwäbische Jura).

Na severozapadnom delu ovog područja izdvaja se planina Harc (Harz) sa visinom od 1142 metra nadmorske visine. Pored toka reke Rajne prostiru se planine Ajfel, Hunsrik (Hunsrück), Taunus, Vesterwald i Zauerland (Sauerland); prema severoistoku je Tirinška šuma (Thuringer Wald), Franačka gora (Frannkenwald), Elstergebirge i druge. Ove planine ispresecaju su vodenim tokovima Rajne, Vezera i Labe.

Južni delovi Srednjenemačkih planina na delu gornjeg toka reke Rajne i reka Nekar i Majne, presecaju doline u kojima se gaje vinogradi od čijeg se grožđa dobijaju poznata vina. Najviši vrh Bavarske šume (Bayerische Wald) iznosi 1455 m. Treba istaći i dolinu Dunava koja obiluje šumovitim i romantičnim mestima.

Alpi – Prealpi (Alpen und Alpenvorland)

Južno od reke Dunava, pa sve do granice sa Švajcarskom i Austrijom, pružaju se planinski venci Alpa – najvećeg i najdužeg planinskog venca u Evropi, sa vrhom Cugspice (Zugspitze) od 2962 m nadmorske visine. U ovu regiju spadaju: prostori Bodenskog jezera, Visoke švapske gore (Oberschwaben), Bavarsko-švapska gora (Bayerisch-Schwaben), Algoj (Algäu) i Visoka Bavarska (Ober Bayern). Severni deo Prealpa nastao je u različitim epohama formiranja Zemlje, a na ovom području nađeni su biljni ostaci koji vode poreklo iz tercijera. Dolina Dunava i ceo prostor do Alpa, nastali su topljenjenjem glečera iz glacijalnog perioda koji je trajao između 600.000 i 20.000 godina. U glacijalnom periodu nastala su i jezera Amerse (Ammersee), Stanberger jezera (Stanbergersee) i Himenze (Chiemensee). Nemački deo Alpa spada u mlađe planine koje su nastale u tercijeru pre više od 60-70 miliona godina.

Ovaj region Alpa i Prealpa predstavlja prirodne i antropogene vrednosti zbog svog reljefa, velikog broja jezera i vegetacije; ima izuzetno izgrađenu infrastrukturu, veliki broj hotela i sportskih sadržaja i dobre saobraćajne komunikacije. Ovaj turistički region spada među najvažnije u Nemačkoj, kako za letnji tako i za zimski turizam. Bavarska i nemački Alpi spadaju u značajne saobraćajne raskrsnice u Nemačkoj.

Prema bogatstvu i raznovrsnosti turističkih vrednosti, planine se mogu podeliti na samostalne i komplementarne (dr Stanković). Prva grupa planina može zadovoljiti potrebe turista i leti i zimi (npr. Alpi). Planine sa komplementarnom vrednošću turistički se mogu valorizovati samo u kombinaciji prirodnih i antropogenih motiva. Prema dr Stankoviću, planine sa aspekta turističke valorizacije možemo podeliti na:

1. Izletničko-rekreativne – Imaju odličan položaj prema većim gradovima i ravničarskim terenima. Planine su dobro povezane sa turističkim disperzivima i služe za izlete i rekreaciju. Poseta može biti dnevna, vikend turističko kretanje i sl. Ova vrsta turističkih poseta odlikuje se masovnošću, kratkim zadržavanjem i korišćenjem usluga ishrane i raznih rekreativnih sadržaja.

2. Sportsko-manifestacione planine – Omogućavaju upražnjavanje zimskih sportova zbog toga što raspolažu kvalitetnim skijaškim terenima i dobro izgrađenom infrastrukturom.

Na ovim planinama može se razviti masovni turizam, a moguća je i organizacija većih međunarodnih takmičenja; često postoji kombinacija oba tipa.

3. Kulturno-manifestacione planine – Ovo su planine koje omogućavaju kulturna i manifestaciona kretanja uz neposredno prisustvo kulturno-istorijskih spomenika. Turistička kretanja ka planinama masovnija su leti nego zimi. Masovnost je uslovljena blizinom okolnih gradskih naselja, kao i saobraćajnom povezanošću. Postoje planine koje su proglašene za nacionalne parkove, gde je moguć razvoj turizma i turističke rekreacije, osim u specijalnim zaštićenim rezervatima koji se nalaze u okviru ovih parkova. (Vestervald, Ajfel, Švarcvald, Tiriška šuma i dr.)

4. Zdravstveno-lečilišne planine – Izdvajaju se u posebnu grupu zbog svojih klimatsko-terapijskih vrednosti. Na njima su izgrađeni zdravstveni centri koji imaju terapijsku i rekreativnu funkciju. (Švarcvald, Tiriška šuma, Algoj i dr.)

5. Planine – lovišta – Veoma su interesantne za posebnu grupu turista. Lovni turizam na nemačkim planinama nije dozvoljen, a životinje se nalaze pod posebnim režimom zaštite. To je šansa za naš lovni turizam, jer je ova vrsta turista, u proseku, spremna na veliku potrošnju tokom svoje turističke posete.

6. Planine - memorijali – To su planine koje su postale popularne zbog poznatih planinara koji su boravili i penjali se po njima, kao i zbog specifične strukture i lepote prevoja na njima (St. Gothard).

6. Planine kao sekundarna boravišta – Ovde spadaju planine na kojima su izgrađene planinarske kućice, vikendice i sl., a sekundarno se mogu izdavati i turistima.

2.2. Hidrografija

Nemačka je bogata vodenim tokovima. Nemačke reke su pripadaju slivovima Baltičkog, Severnog i Crnog mora. Reke su bogate vodom koju dobijaju od padavina kiše od topljenja snega i leda na planinama. Najvažnija i najprometnija reka Nemačke je Rajna (Rhein) sa dužinom od 865 km. Pritoke Rajne su Nekar, Moezel i Majna. Povezivanjem reke Rajne sa Dunavom dobijen je značajan vodeni plovni put u Evropi, jer on povezuje Severno sa Crnim morem. Ovaj putni pravac ima značaj za Srbiju i Crnu goru. Na ovom plovnom putu odvija se obiman prevoz robe i putnika – turista. Dužina Majne iznosi 524 km, Labe 700 km, dužina Vezera je 440 km, Zale 427 km itd. Dunav ima više pritoka: Iler (Iller), Leh (Lech), Altmil (Altmühl), Izar (Isar) i In (Inn). Na samom istoku nalazi se važna



Franačka gora

reka Laba (Elbe). Nemačke reke su najvećim svojim delom povezane kanalima koji imaju veliki privredni značaj, jer služe za prevoz robe.

Vode

Naša planeta prekrivena je vodom – 71 % površine; ostatak čini kopno. Na slanu vodu (mora i okeane) otpada 97,5 % od ukupnih površina pod vodom; ostatak od 2,5 % površina prekriveno je slatkom vodom, koje najviše ima na polovima Zemlje – ove rezerve čine 70 % od ukupnih količina slatke vode na planeti. Prema prognozama o demografskom rastu stanovništva, potrošnja slatke vode povećaće se za oko 70 % do 2025. godine. U izveštaju Ujedinjenih nacija iz 2003. godine, upozoreno je da postoji problem vode i da se povećavaju konflikti među državama zbog toga. Prema izveštaju UN, do 2050. godine će od 7 milijardi ljudi 2 milijarde biti ugroženo nedostatkom vode za piće. Problem će biti hemijski i bakteriološki ispravna voda za piće. Na osnovu izveštaja Svetske zdravstvene organizacije (WHO) usled nedostatka odgovarajuće vode za piće godišnje umre oko 2,2 miliona ljudi; a od tog broja 90 % čine deca. Pod pokroviteljstvom UN – Ekonomska komisija za Evropu (UNECE), potpisana je konvencija u Helsinkiju 1992. godine o zaštiti vode. U maju 2004. godine 35 zemalja potpisalo je Konvenciju o zaštiti voda. Na Svetskoj konferenciji, koja je održana od 17-22. marta 2000. godine, donet je plan da se do 2025. godine svim ljudima obezbedi voda za piće i za sanitarne svrhe.

Svetska banka za razvoj polazi od toga da investicije u vodeni sektor sa današnjih 60-80 mil. dolara na godišnjem nivou, treba povećati na 180 mil. US dolara godišnje. Na Trećem svetskom forumu određenom da se na njemu razmotri rešavanje problema vode (koji je održan 23. 3. 2003. godine u Kjotou u Japanu), doneta je konvencija o pomoći, tehničke i finansijske prirode, za rešavanje navedenih problema. Na ovoj konferenciji učestvovalo je 170 zemalja sveta i 43 internacionalne organizacije.

Reke

U prethodnim decenijama reka Rajna bila je primer zagađene reke, da bi danas, zbog preduzetih ekoloških mera radi njene zaštite, postala reka u kojoj je obnovljen živi svet (ribe, rakovi). Manje planinske reke predstavljaju turističke motive za razvoj raznih rekreativnih aktivnosti. Planinske alpske reke su veoma čiste i, sa ostalim motivima, predstavljaju značajne turističke destinacije koje imaju komplementarnu turističku vrednost.

Jezera

Na teritoriji Nemačke postoji veliki broj jezera koja se dele na prirodna i veštačka. Veštačka jezera nastala su pregrađivanjem vodenih tokova i služe u različite svrhe. Neka služe za rekreaciju i oporavak, neka kao rezervoari vode za piće, a neka za dobijanje energije i regulaciju voda. Jezera u Nemačkoj raspoređe-



Sverinško jezero (Schweriner see)

Ovo jezero dugo je 21 km, vodena površina zauzima 60 km², četvrto je jezero po veličini u Nemačkoj. Ma sa koje strane da se posetilac približava jezeru, zapaziće neminovno zamak sa tornjem svete Marije i svetog Johana (St. Maria & St. Johannes) čija je visina 117,5 metara. Zamak sa tornjem nalazi se na jednom od ostrva u ovom jezeru.

Jezero se nalazi u pokrajini Meklenburg (Mecklenburg) u kojoj ima ukupno 1000 jezera. U blizini jezera je grad Šverin (Schwerin), a nedaleko odatle nalazi se još 7 jezera.

Šverinško jezero koristi se za aktivan odmor jer poseduje različite rekreativne sadržaje: na njemu je moguće jedrenje, plivanje, skijanje na vodi, ronjenje i dr. Pored jezera nalaze se teniska igrališta, šetališne staze i dr. Kružna vožnja brodom po jezeru uvedena je još 1865. godine. Jedan deo jezera je zaštićen i služi kao rezervat ptica.

U sklopu ovog jezera postoji specijalna staza za šetnju nazvana “ruta-zamak” (Schloss-Rute). Poseta mestu u kojem ima puno starih građevina koje su izgrađene u gotskom i renesansnom stilu, zajedno sa razgledanjem starih uličica, predstavlja dodatni turističko-rekreativni sadržaj. Šverinško jezero predstavlja model turističke valorizacije jezera uz istovremenu ekološku zaštitu prirode.

na su od severa, središnjeg dela, sve do juga Nemačke. Najveće jezero je Bodensko (Bodensee), koje se nalazi na granici između Švajcarske, Austrije i Nemačke. Od ukupne površine (akvatorije) Bodenskog jezera, 55 % pripada Nemačkoj. Bodensko jezero je treće po veličini u Evropi. Nastalo je u tercijeru pre 70 miliona godina. Veoma je značajno kao samostalna turistička vrednost.

Veliki je broj jezera na severu Nemačke (Schleswig-Holestein i Mecklenburg-Vorpomern, Plöner See, Holsteinische See die Müritz) i predstavljaju značajne turističke destinacije. Veliki broj malih jezera nalazi se na području srednje Nemačke i ona imaju komplementarnu turističku vrednost.

Mora i okeani

Okeani i mora pokrivaju 71 % Zemljine površine, a na njihovim obalama živi više od 50 % svetskog stanovništva, sa tendencijom porasta na 75 % do 2020. godine. Značaj mora i okeana biće primarno pitanje za milione ljudi koji žive i koji će živeti na obalama mora i okeana.

Veliki broj ljudi doveste do ugrožavanja čitavog ekosistema na morima i okeanima. To će se posebno odraziti na akvakulturu, što će doprineti smanjenju živog sveta u morima i okeanima, između ostalog i zbog povećanog ribolova radi ishrane stanovništva. Zbog toga su donete razne mere vezane za prekomerni ribolov. U tom smislu donete su mnoge konvencije o morskom pravu (Laf of the Sea). Godine 1995. doneta je Konvencija o ribolovu u okviru UN (UN Fish Stocks Agreement). Evropska unija donela je propise o zajedničkoj ribolovnoj politici u 2001. godini u cilju poboljšanja ekosistema i kontrole zagađivanja mora i okeana.

Zagađivanje mora i okeana je veliki problem. Na osnovu najnovijih izveštaja u okviru UN (UN – Expertengremiums) o čuvanju i zaštiti ekosistema na morima i okeanima, doneto je niz preporuka radi njihove zaštite. U skladu sa globalnim tendencijama, SR Nemačka je u februaru 2004. godine donela niz odluka i mera koje će doprineti zaštiti Severnog i Baltičkog mora. U tom izveštaju je konstatovano:

- da se smanjuje količina ribe u navedenim morima;
- da se povećala zagađenost obala zbog raznih otrovnih materija koje se ispuštaju u more;
- da je usledilo povećanje sadržaja otrovnih materijala koje donose vode reka i druge vode koje se izlivaju u more, a koje sadrže otrovne materije koje poljoprivreda upotrebljava za zaštitu bilja. (Zahlen - Daten - Fakten - Frankfurt/Main)

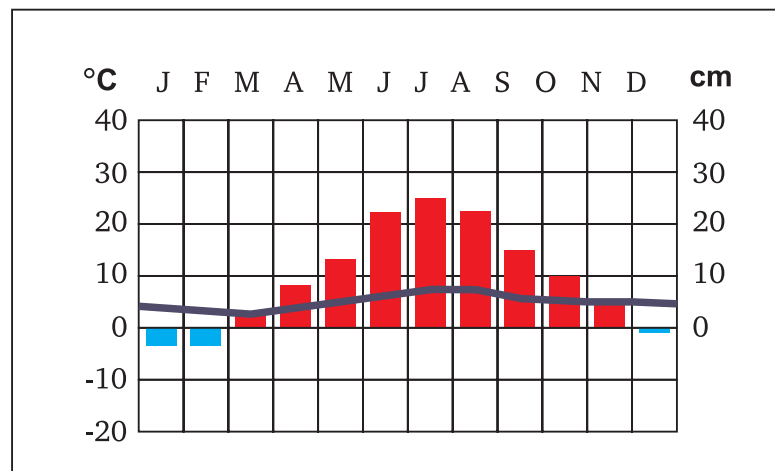
Da bi se zaštitila mora i okeani doneta je konvencija o sprečavanju zagađivanja mora i okeana od strane trgovačkih i teretnih brodova. Na inicijativu Nemačke krajem 1984. godine održan je u Bremenu internacionalni kongres o ograničavanju zagađivanja mora i okeana i njegovom smanjenju za 50 %.

2.3 Klima

Najveći deo Nemačke pripada umereno-kontinentalnoj klimi, sa povećanom vlažnošću vazduha, koja dolazi sa vlažnim zapadnim vetrovima. Na severu i severozapadu Nemačke vlada okeanska klima sa padavinama u toku cele godine. Leta su umereno topla, a zime relativno blage. Na istoku Nemačke klima je kontinentalna sa blagim varijacijama idući prema jugu; leta su veoma topla, a zime veoma hladne. U Severnonemačkoj niziji padavina ima preko cele godine. Prosečna količina padavina u ovoj regiji iznosi između 500-700 mm. Na Srednjenemačkim planinama padavine se kreću od 1500-6700 mm (godišnji prosek), zavisno od ekspozicije. U južnoj Nemačkoj količina padavina je, u proseku, nešto veća, naročito na Alpima, gde vrednosti dostižu nivo i do 2000 mm. Prosečne godišnje temperature u Severnonemačkoj ravnici iznose $+9^{\circ}\text{C}$, na srednjim planinama $+2^{\circ}\text{C}$; a na Alpima oko -6°C . Letnje julske temperature na severu dostižu $+18^{\circ}\text{C}$, a na jugu $+20^{\circ}\text{C}$.

Postoje tri lokalne klimatske varijante i to:

Planina Harz (Harz) – ima prilično sveža leta i hladne, snežne zime.



Prosečne vrednosti temperature i padavina u SR Nemačkoj

Izvor: Deutschland 2000, Karl Baedeker GmbH, Ostfildern

Na gornjem grafikonu se može konstatovati da prosečne godišnje vrednosti temperature vazduha u Nemačkoj imaju umereno-kontinentalnu klimu. Prosečna temperatura po pojedinim geografskim regijama se znatno razlikuje, i to idući od severa prema jugu i zapada prema istoku. Na zapadnom i severozapadnom delu Nemačke vlada okeanska klima, idući prema istoku klima dobija kontinentalni karakter, a na krajnjem jugu Nemačke vlada oštija, alpska klima. Najviše prosečne godišnje temperature su u toku letnjih meseci, jun, jul i avgust. Najhladniji meseci su decembar, januar i februar. Prosečna godišnja količina padavina pokazuje uravnotežen karakter u toku cele godine.

U području gornjeg toka reke Rajne vlada blaga klima tokom cele godine sa nekim elementima **mediteranske klime**.

Na **planinsku klimu Alpa** ponekad utiče topao vetar fen (fön) koji doprinosi topljenju snega. Uticaj fena na čoveka nije povoljan, jer dovodi do razdražljivosti.

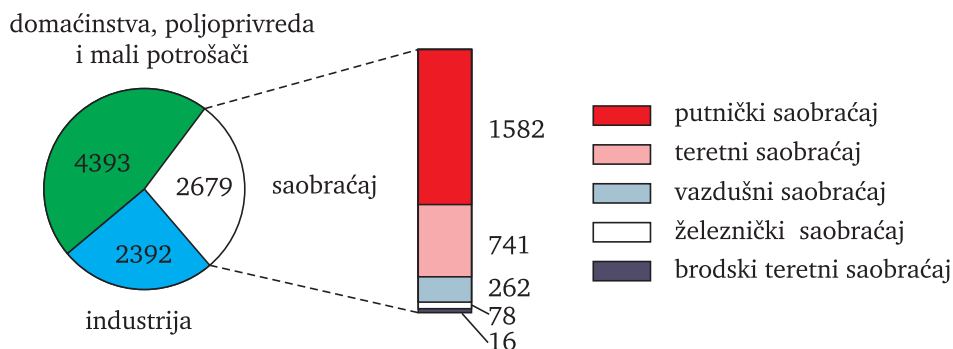
Klimatske karakteristike Nemačke su raznovrsne, počev od severa prema jugu, zbog čega postoji mogućnost za razvoj raznovrsnih oblika turističkog kretanja; moguć je razvoj kupališnog turizma na morima i jezerima, sportskih aktivnosti na vodi, a zbog planinske klime u pojedinim regijama moguć je razvoj zdravstveno-rekreativnog turizma, uključujući i rekreaciju.

Bioklima i turizam

Proučavanje klime i uticaja vremena i njegovih promena na zdravlje i kondiciju pojedinaca, kao i ljudi uopšte, dobilo je posebnu važnost u poslednje vreme. Uticaj bioklime može biti pozitivan i negativan. Bioklima deluje na ljudski organizam kroz niz faktora (fizičkih i hemijskih). Zbog mnogobrojnih promena geofaktora i klima se menja svakodnevno, čak i u toku samo jednog dana. Nagle klimatske promene zahtevaju od organizma stalnu adaptaciju. Na formiranje bioklime u nekom mestu, delu nekog grada, ili čak samo u jednoj ulici, utiču razni lokalni faktori. Mikro-klima je takođe jedan važan faktor koji utiče na psihofizičku aktivnost i sposobnost ljudi. Urbanizacija, industrijalizacija i zagađivanje atmosfere doveli su do značajnih promena klime, ne samo na lokalnom nivou već i na celoj planeti.

Bioklima je važan, ako ne i najvažniji, faktor za razvoj turizma i rekreacije u nekom mestu, ili na nekom području. Ona je jedan od važnih kriterijuma koji se uzima u obzir kada se planira odlazak na odmor radi osveženja i oporavka organizma. Bio-klima i kvalitet oporavka stoje u tesnoj funkcionalnoj vezi.

Klimatski elementi, kao što su temperatura vazduha, vazdušni pritisak, vlažnost vazduha, radijacija toplota, različiti su od mesta do mesta, zbog različitog geografskog položaja, koji znatno utiče na odlike bio-klime (Becker, 1972. i Jedritzky, 1990). Bio-klima u funkciji turizma prati se i statistički valorizuje za 440 turističkih mesta u Nemačkoj. Na osnovu prikupljenih podataka vrši se ana-



Krajnji korisnici energije u privredi i saobraćaju u Nemačkoj 1998. godine

liza zavisnosti između posete (broj posetilaca) i dužine trajanja posete i boravka turista u nekom mestu (s jedne strane) i kvaliteta bio-klimatskih uslova u tom periodu (s druge strane). Tako se i došlo do saznanja da bioklimatski uslovi u turističkoj poseti igraju veoma važnu ulogu.

Najpovoljnije bioklimatske uslove za turizam imaju regije Severnog i Baltičkog mora, planina Švarcvald i Harc, Bavarska šuma, planina Alpoj i Bavarski Alpi, uključujući i planinu Zauerland (Sauerland) i dolinu reke Mozel (Mosel).

Topli vetar fen (Fön), koji duva u alpskim predelima, deluje razdražljivo i depresivno na ljude. Posebno je njegov uticaj neprijatan tokom meseci oktobar/novembar i mart/april. Osim velikih gradskih centara, koji se ne mogu pohvaliti dobrom bio-klimom, tu spadaju i kotline i rečne doline, jer je u njima slaba cirkulacija vazduha zbog čega se smog dugo zadržava u vazduhu, a potom taloži na tlu. Zbog ne mnogo pogodnih i prijatnih bio-klimatskih uslova, posete velikim gradovima su većinom kratke.

Uticaj klime na zdravlje ljudi je veoma značajan. Mnoga planinska mesta i banje svoj turistički razvoj ostvarile su zahvaljujući upravo povoljnim bioklimatskim uslovima. Mnoge fiziološke funkcije u organizmu čoveka tesno su povezane sa klimatskim promenama - temperatura vazduha, vlažnost, vazdušni pritisak, insolacija i dr. - utiču na neke fiziološke procese. Negativno dejstvo klime na fiziologiju čoveka proučava posebna naučna disciplina pod nazivom klimatopatologija, a povoljne uticaje klimatskih faktora na organizam ljudi proučava klimatoterapija.

Razvoj klimatoterapije imao je veliki značaj za razvoj zdravstvenog turizma u planinskim i banjskim mestima. Koristeći dostignuća klimatoterapije (aero-terapiju i helio-terapiju) u lečenju i oporavku posetilaca nastali su mnogi turistički centri u Nemačkoj. Naročito su se razvili veliki turistički centri na Severnom i Baltičkom moru. Veliki broj banja postoji i na planinama u Nemačkoj. One su svoju zavidnu turističku reputaciju stekle upravo zahvaljujući pogodnim bio-klimatskim karakteristikama područja na kojem se nalaze.

2.4. Biljni i životinjski svet

Biljni svet na teritoriji Nemačke je dosta izmenjen u odnosu na period pre industrijalizacije i to zbog velike gustine naseljenosti i izgradnje industrije i saobraćajne infrastrukture. Na gotovo celoj teritoriji Nemačke nalaze se listopadne i četinarske šume. Na velikim prostorima severne i zapadne Nemačke nalaze se pašnjaci koji čine osnov za razvoj mlečnog stočarstva. Najveći deo poljoprivrednih površina je obrađen i predstavlja značajan deo intenzivne privrede. Pored jezera nalazi se veliki broj zaštićenih prirodnih rezervata i nacionalnih parkova.

Divlje životinje mogu se naći samo u zaštićenim rezervatima prirode i u nacionalnim parkovima.

Zaštita šuma danas je jedan od važnih ekoloških problema, jer dolazi do njihovog brzog uništenja, kako zbog nerazumne eksploatacije tako i zbog prome-

ne klime. Oštećenja na šumama u Nemačkoj posledica su velike emisije izduvnih gasova iz automobila. Situacija u Nemačkoj 2003. bila je veoma kritična zbog ne-uobičajeno visokih temperatura i dužine sušnog perioda. Oštećenje šuma te godine bilo je za 31 % veće nego u 1992. godini.

2.5. Ekološki problemi

Savezna Republika Nemačka spada među industrijski najrazvijenije zemlje sveta, čiji razvoj pored pozitivnih ostavio je i negativne posledice sa sobom. Tu se misli na zagađivanje prirodne sredine – zemlje, voda i vazduha. Zbog naglašenog problema između čoveka i životne sredine i neadekvatnog korišćenja prirodnih resursa, nastao je danas globalni problem vezan za očuvanje prirode koji nije karakterističan samo za Nemačku već i za svet u celini.

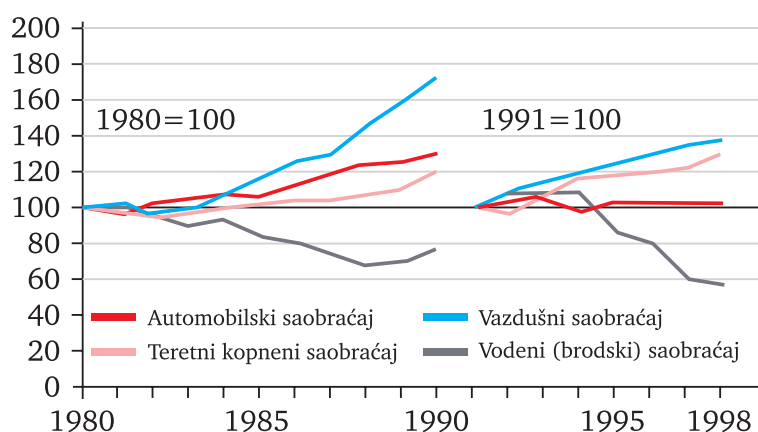
Jedan od problema u očuvanju životne sredine jeste globalno zagrevanje naše planete.

Globalno zagrevanje, tj. porast temperature na Zemlji, posledica je nekontrolisanog i prekomernog izbacivanja industrijskih i drugih gasova u atmosferu; tu se, pre svega, misli na veoma veliku emisiju ugljendioksida (CO₂), koji i dovodi do stvaranja efekta “staklene bašte”.

Klimatski bilans pokazuje da je usled smanjene debljine ozonskog omotača oko Zemlje, kao i nepostojanja ovog omotača na pojedinim delovima atmosfere (tzv. ozonske rupe), za poslednjih sto godina došlo do ubrzanog otopljanja leda na polovima, što je dovelo do povećanja nivoa mora i okeana za 10-20 cm. Prema predviđanjima Specijalne komisije Ujedinjenih nacija (UN Intergovernmen-

Tabela – Zaštita klime u Nemačkoj

Ciljevi KYOTO protokola. Sadašnje i buduće stanje smanjenje izbacivanja gasova u procentima po državama.		
	Sada treba (1990-2001)	Treba (1990-2010)
Rusija	-35,4	0
Nemačka	-18,0	-21,0
Velika Britanija	-12,3	-12,5
Francuska	0	0
Italija	+7,1	-6,5
Japan	+11,2	-6,0
Nemačka	+14,2	-7,0
Španija	+33,1	+15,0

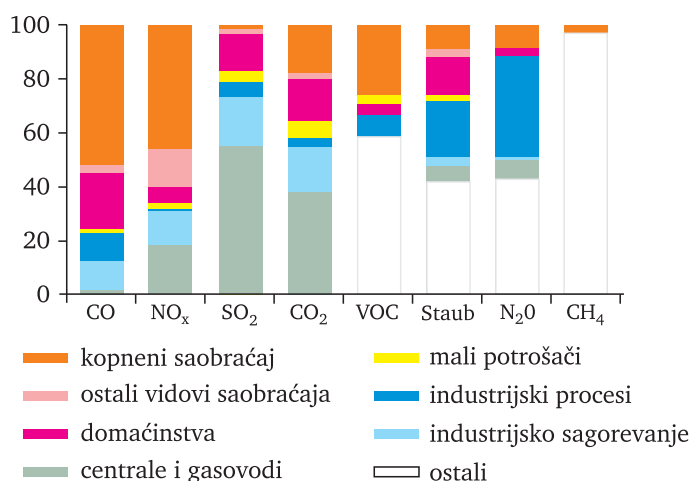


Pregled krajnjih korisnika energije u saobraćaju prema granama od 1980. do 1998. godine

Izvor: Daten-Zahlen-Fakten 2005, Frankfurt

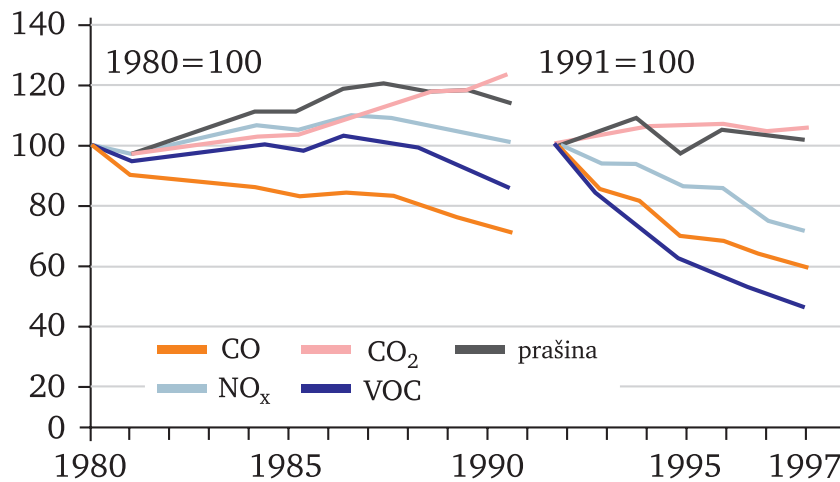
tal Panel on Climate Change (IPCC)), računa se da će do 2100. godine doći do povećanja globalne prosečne temperature vazduha od 1,4 do 5,8° C; povećanje nivoa mora i okeana iznosiće između 9 i 88 cm. Promene temperature na Zemlji dovešće do velikih promena u svim aspektima života ljudi i imaće značajnog odraza na poljoprivredu, na rezerve vode za piće, razvoj gradova i sela, širenje raznih bolesti (malaria i kolera) itd. Doći će do daljeg povećanja broja prirodnih katastrofa (vetrova – orkana i tajfuna, poplava).

Prema navedenom izveštaju Ujedinjenih nacija (IPCC) do 2025. godine predviđa se da će nastati sledeći problemi:



Emisija štetnih gasova u Nemačkoj 1997. godine prema potrošačima energije: kopneni saobraćaj (crvena), ostali vidovi saobraćaja (narandžasta), domaćinstva (zeleno), mali potrošači (žuta), industrijski procesi (plava), industrijsko sagorevanje (svetloplava), ostali (bela)

Izvor: Daten-Zahlen-Fakten 2005, Frankfurt



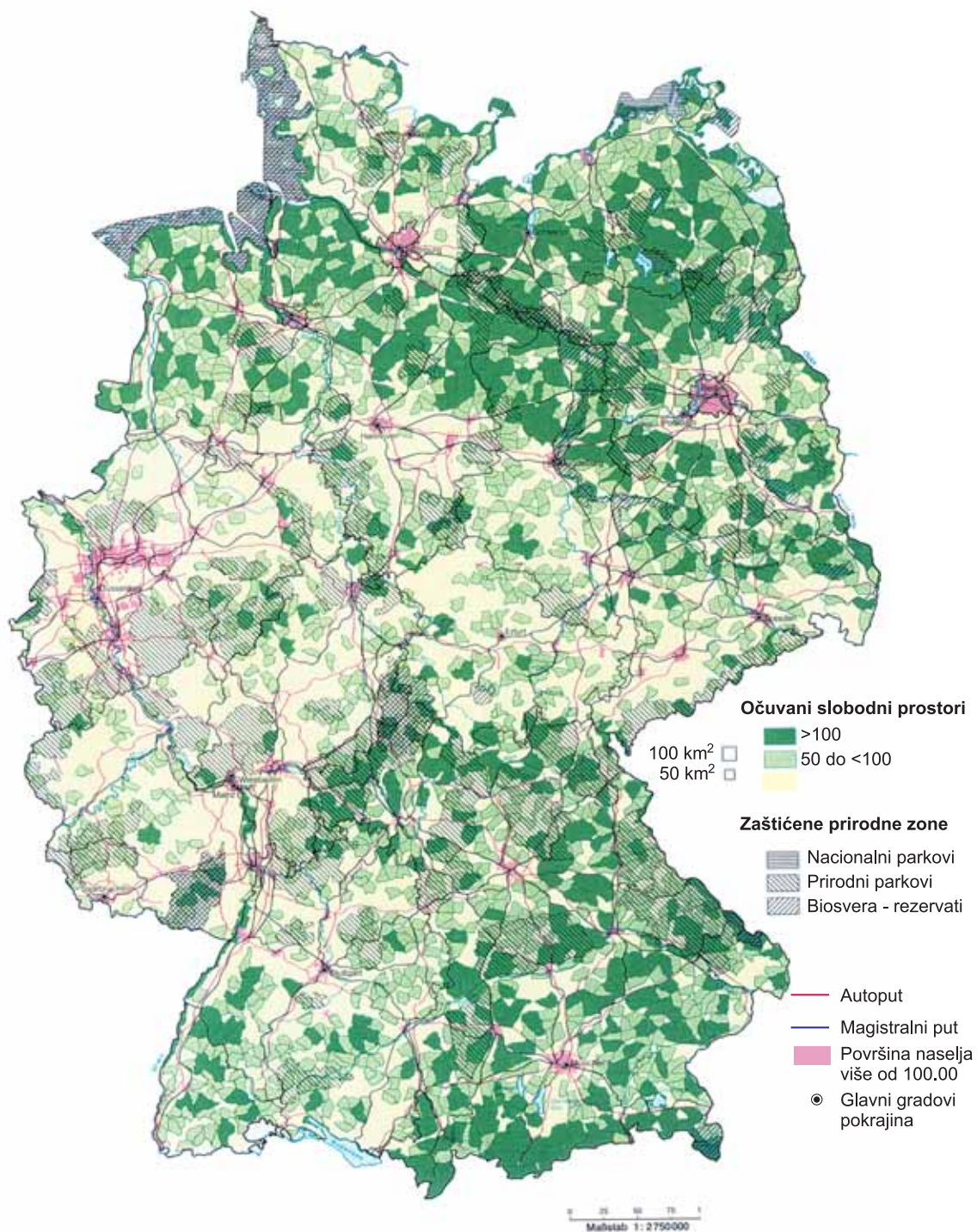
Pregled ispuštanja štetnih gasova u Nemačkoj od 1980. do 1997, godine u automobilskom saobraćaju

- problem snabdevanja pijaćom vodom biće tri puta više izražen nego što je to danas;
- doći će do povećanja zagađenosti vazduha u gradovima;
- do kraja 21. veka svaki drugi glečer u Evropi će se otopiti;
- nastaće velike vrućine u južnoj Evropi, a u Alpima će se smanjiti visina snežnog pokrivača zimi;
- doći će do nestajanja (izumiranja) korala u morima;
- smanjiće se prinosi žitarica i voća i povrća u tropskim i subtropskim regionima;
- oko 10 miliona ljudi biće ugroženo od poplava. (Zahlen – Daten – Fakten – 2005 – Frankfurt/Main)

Svetska zdravstvena organizacija je u decembru 2003. godine sistematski proučila sve promene klime koje su uočene prilikom istraživanja u 2000. godini; na osnovu dobijenih rezultata došlo se do zaključka da bi moglo nastupiti povećanje smrtnosti ljudi obolelih od malarije i da bi taj broj iznosio oko 150.000, a 5,5 miliona ljudi bi moglo oboleti od ostalih tipova bolesti. Zbog raznih aktivnosti ljudi u razvoju privrede, pre svega, snažnog porasta industrije došlo je do izbacivanja velikih količina ugljendioksida u atmosferu. Prema podacima kojima raspolažu UN – Komisije IPCC, zbog sagorevanja uglja, ulja, benzina i plina u industriji u svetu je dovelo je do povećanja emisije.

Pored povećanja globalne emisije ugljendioksida u atmosferu, došlo je do povećanja i emisije metana (CH₄). U 1998. godini u atmosferu je izbačeno 495 miliona tona, što je iznosilo pet puta više nego što je bila koncentracija ovog gasa u vazduhu u preindustrijskom vremenu. Pored ovih gasova, povećana je emisija i drugih gasova koji, takođe, štetno utiču na klimatska kretanja na Zemlji.

Leto 2003. godine bilo je najtoplije leto u Evropi. Rekordne temperature u letnjim mesecima u Nemačkoj, Švajcarskoj, Francuskoj i Španiji bile su tolike da



Karta – Putna mreža kroz zaštićene zone Savezne Republike Nemačke. U zaštićene zone spadaju nacionalni parkovi prirodni parkovi – rezervati Stanje iz 1977. godine. Izvor: Institut za Geografiju, Lajpcig 2000. godine

su to najtopliji dani od kada se vodi službena evidencija o nivou temperatura tokom godine. Posledice ovako visokih temperatura bile su suše i veliki broj požara u južnoj Evropi. Samo u Portugaliji bilo je zapaljeno 417.000 ha šume. Prema statističkim podacima Svetske zdravstvene organizacije od posledica vrućine umrlo je oko 20.000 ljudi. Na Alpima je došlo do otapanja glečera koje je bilo dvostruko veće u 2003. godini od nivoa koji je bio zabeležen tokom 1998. godine. Zaštita klime postala je globalni problem. Preduzima se veliki broj mera radi smanjivanja emisije navedenih gasova. Internacionalna komisija za energiju (IEA) donela je niz preporuka o zaštiti klime. Korišćenje alternativnih energija (energija dobijena od vetra i sunca) znatno će uticati na smanjenje navedenih problema. Nemačka, po korišćenju energije dobijene od sunca i vetra, spada među vodeće zemlje u svetu.

Vulkanski talas "cunami" izazvao je velike ljudske žrtve i materijalne štete na Tajlandu, Indoneziji, Indiji, Bangladešu i Šri Lanki, kao i na drugim manjim ostrvima u Indijskom okeanu. Broj i učestalost nailaska orkana se povećala, i to ne samo na teritoriji SAD, već i na teritoriji karipskih zemalja; godine 2005, zemlje ovog regiona pretrpele su ozbiljne štete od ovih vetrova.

Održane su mnoge međunarodne konferencije posvećene zaštiti prirode. Na konferenciji koja je održana 1992. godine u Rio de Žaneiru, na kojoj je učestvovalo 150 zemalja, potpisana je konvencija o smanjenju emisije štetnih gasova u atmosferu. Na međunarodnoj konferenciji koje je održana u gradu Kjoto, doneti su novi propisi i mere o ograničavanju zagađivanja atmosfere. Na konferenciji održanoj 12. 12. 2003. u Milanu (Italija) donete su nove mere vezane za očuvanje klime.

Na osnovu konvencije iz Kjotoa, nalaže se smanjenje emisije ugljendioksida u zemljama Evropske unije za 8 % do 2012. godine; kao bazni podatak uzima se nivo emisije ugljendioksida u atmosferu u 1990. godini. U Nemačkoj je marta meseca 2004. godine donet jedan plan o uvođenju u upotrebu alternativnih izvora energije i smanjenju korišćenja energije koja se dobija iz klasičnih izvora. Evropski parlament doneo je slične mere koje važe za sve članice Evropske unije. Prirodne katastrofe su danas dva puta češće nego što su to bile u 1900. godini.

U Bonu (Bonn) je 2004. godine održana internacionalna konferencija o intenzivnijem korišćenju novih izvora energije: Sunca, vetra, vode, geotermalnih voda i energije dobijene iz biomase.

3. Stanovništvo SR Nemačke

3.1. Broj stanovnika

Na teritoriji Savezne Republike Nemačke, prema statističkim podacima iz 2004. godine, živelo je 82,5 miliona stanovnika, sa prosečnom gustinom stanovništva od 231 stanovnika po km². Na osnovu gustine stanovništva, Nemačka spada među najgušće naseljene države sveta; od tog broja 91,1 % čine Nemci, a 8,9 % su stranci i manjine koje se nalaze pod posebnom političkom zaštitom. Lužičkih Srba ima oko 60.000, Danaca 50.000, Friza oko 2.000 i Roma oko 50.000.

Bez useljavanja novih stanovnika Nemačka bi, prema prognozi, u 2040. godini imala negativni demografski saldo od 17 miliona stanovnika. On bi od sadašnjih 82,5 miliona stanovnika pao na 65 miliona stanovnika.

Sa godišnjom stopom useljavanja od 300.000 stanovnika, prema istoj prognozi, smanjio bi se broj stanovnika za 7 miliona i u 2040. godini iznosio bi oko 75 miliona.

Kao što se iz demografske prognoze vidi, bez useljavanja novih stanovnika iz drugih zemalja, nemačko društvo bi izgubilo bilološki vitalitet.

Prema prognozi za 2050. godinu, broj stanovnika iznad 60 godina starosti povećao bi se na 40% od ukupnog broja stanovnika. Na povećanje dužine životnog veka utiču sledeći faktori:

- visok životni standard;
- visoka zdravstvena i obrazovna struktura stanovnika;
- socijalna i medicinska zaštita;
- novi naučni pronalasci;
- nove metode u prevenciji i lečenju;
- zaštita životne sredine (rešavanja ekoloških problema);
- kvantitet i kvalitet rekreacije i turističke rekreacije i dr. (Zahlen - Daten - Fakten - Frankfurt/Main, 2005.)

Na demografski razvoj stanovništva Nemačke, pored navedenih faktora (produžetak životnog veka i smanjenog nataliteta), utiče i promena klasičnog načina življenja (manji broj familija bez dece, povećan broj vanbračnih zajednica i briga za profesionalnu karijeru), što sve dodatno utiče na smanjenje broja stanovnika. Rađanje u 1997. godini iznosilo je 812.173 deteta, a u godini smanjeno je na 719.250 dece (od tog broja 369.277 rođeno je muške dece, a 349.973 ženske dece). U maju 2003. godine bilo je 22.430.000 porodica.

Prema popisu iz 2003. godine bilo je sklopljeno 382.923 braka. Ako uporedimao taj podatak iz prethodne godine kada je bilo sklopljeno 391.963 braka, može se uočiti samo za godinu dana znatno smanjenje broja bračnih zajednica.

Postoji značajna migracija stanovništva iz istočnih delova u zapadne razvijene delove Nemačke.

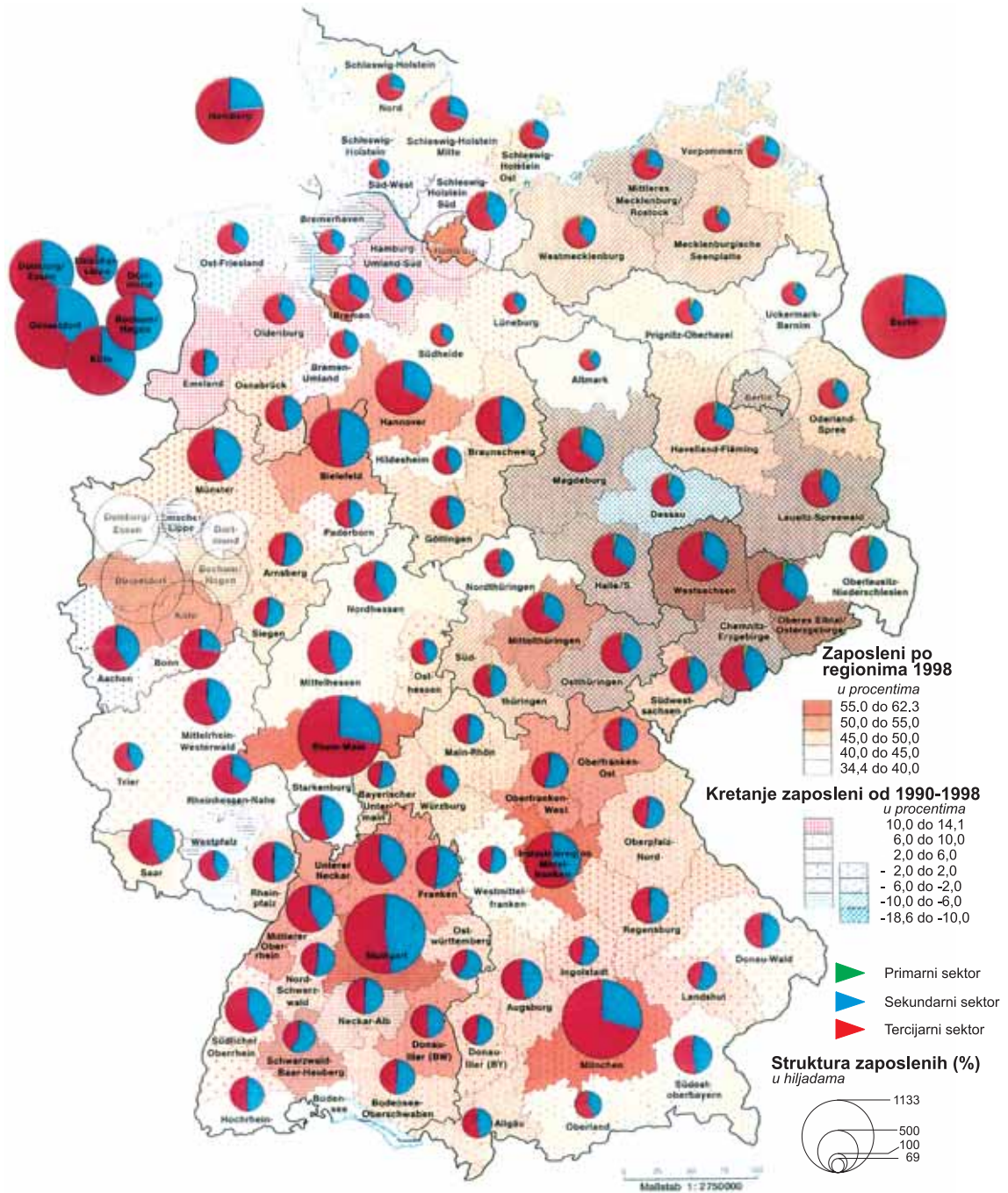
Prema navedenoj prognozi, može se zaključiti da će do kraja 2050. godine doći do starenja stanovništva i smanjenja nataliteta. To će dovesti do velikih promena u političkom, ekonomskom i kulturnom životu u Nemačkoj. To će dovesti do povećanja broja turista trećeg doba.

Struktura zaposlenih 1998. i razvoj od 1990-1998. godine prema regionima. (Izvor: Institut für Landeskunde Leipzig.)

Na karti su prikazane države Evropske unije – primanja po domaćinstvima u 2000. godini.

U okviru Evropske unije vide se neujednačena porodična primanja po državama članicama.

GLAVA 1



Izvor: Institut für Ländeskunde, Leipzig 2001

Struktura zaposlenih 1998. godine i razvoj od 1990-1998. godine, prema regionima.

3.2. Struktura stanovništva

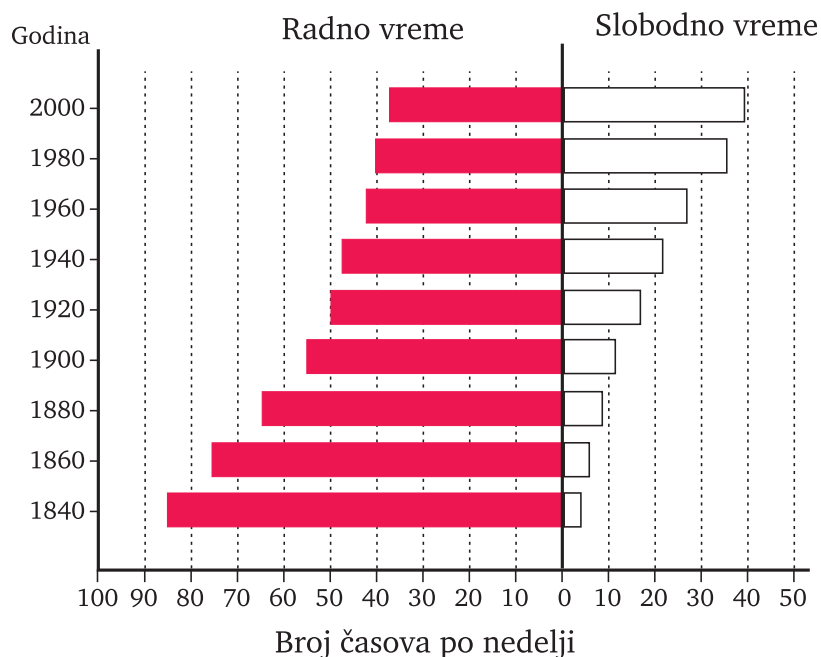
U Nemačkoj živi oko 7,5 miliona stranih građana. Od tog broja na državljane Srbije i Crne Gore otpadalo je 568.240 stanovnika u 2003, što je iznosilo 7,7% od ukupnog broja stranaca. Ovde nisu uključeni građani koji su u međuvremenu postali nemački državljani.

Od stranaca sa područja Bosne i Hercegovine u 2003. godini živelo je u Nemačkoj 167.081 stanovnika.

Svake godine veliki broj stranaca traži politički azil u Nemačkoj. Primera radi, u 2003. godini 71.127 stranaca je zatražilo politički azil. Zbog zaoštavanja uslova za dobijanje političkog azila, u 2003. godini došlo je do smanjenja zahteva za politički azil na 50.563 zahteva. Sa područja Srbije i Crne Gore u godini podneto je 6.679 zahteva, a u 2003. godini smanjen je broj zahteva na 6.301 zahtev.

Religiozna struktura stanovnika (oni koji su se po tom osnovu izjasnili) u 2003. godini bila je sledeća: rimokatoličkoj crkvi pripadalo je 26,5 miliona vernika, evangelističkoj crkvi 26,3 miliona, islamskoj veroispovesti 1,7 miliona. Od blizu milion pravoslavnih vernika, Srpskoj pravoslavnoj crkvi pripada oko 150.000. Ostale religije, kojima pripada ispod 100.000 vernika, ovde nisu navedene.

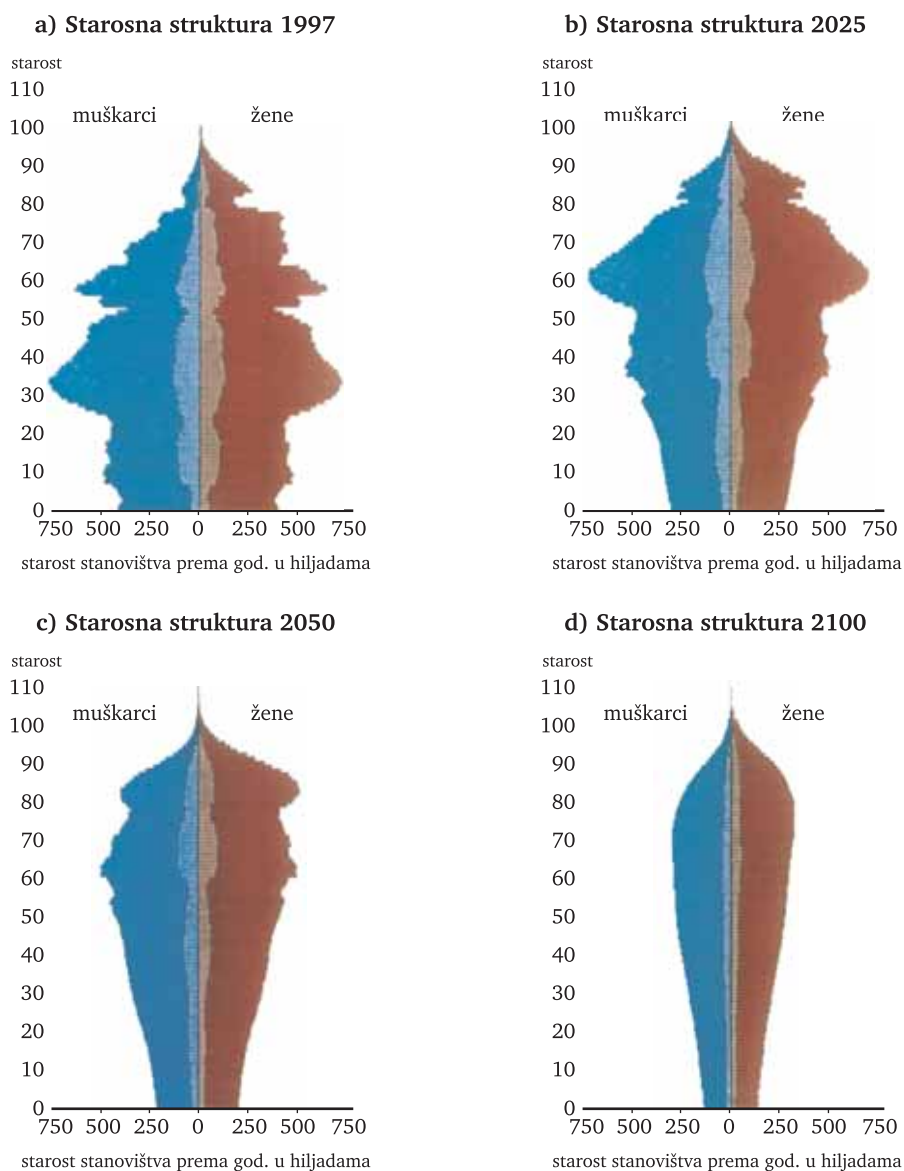
Karakteristika stanovništva Nemačke je smanjen natalitet i produženje životnog veka; to ima za posledicu starenje ukupnog stanovništva.



Izvor: Institut für Ländeskunde, Leipzig 2001

Radno i slobodno vreme 1840-2000. godine

Možemo konstatovati stalno smanjenje radnog vremena uz istovremeno povećanje slobodnog vremena. Višak slobodnog vremena, jedna je od pretpostavni, uzrok je konstantnom rastu turističkog kretanja.



Izvor: Institut für Länderkunde, Leipzig, 2000

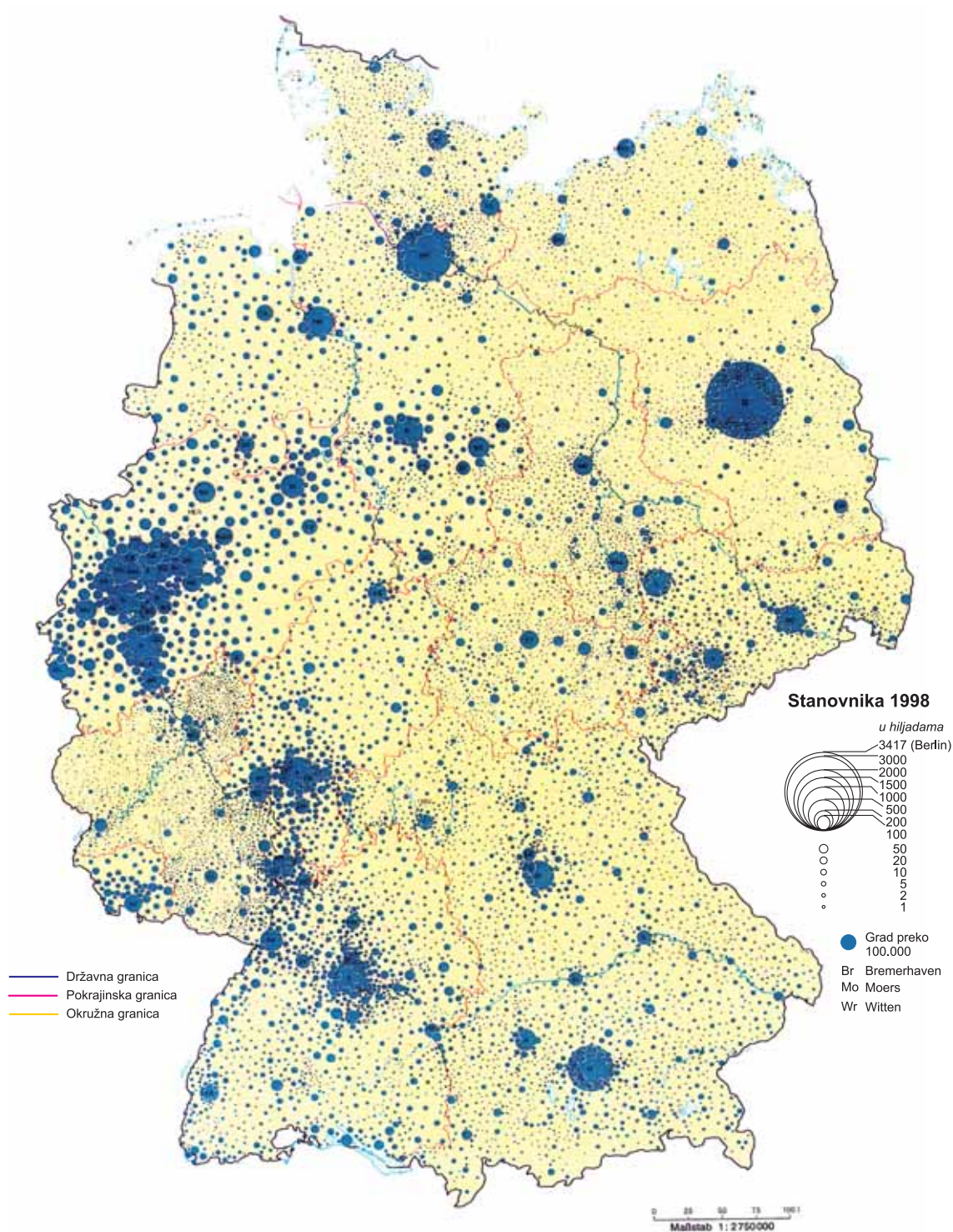
Starosna struktura stanovnika SR Nemačke

Grafikon a) prikazana je starost nemačkog stanovništva u 1997. godini. Najbrojnija starosna grupa kod žena i muškaraca u 1997. godini je između 30 i 60 godina.

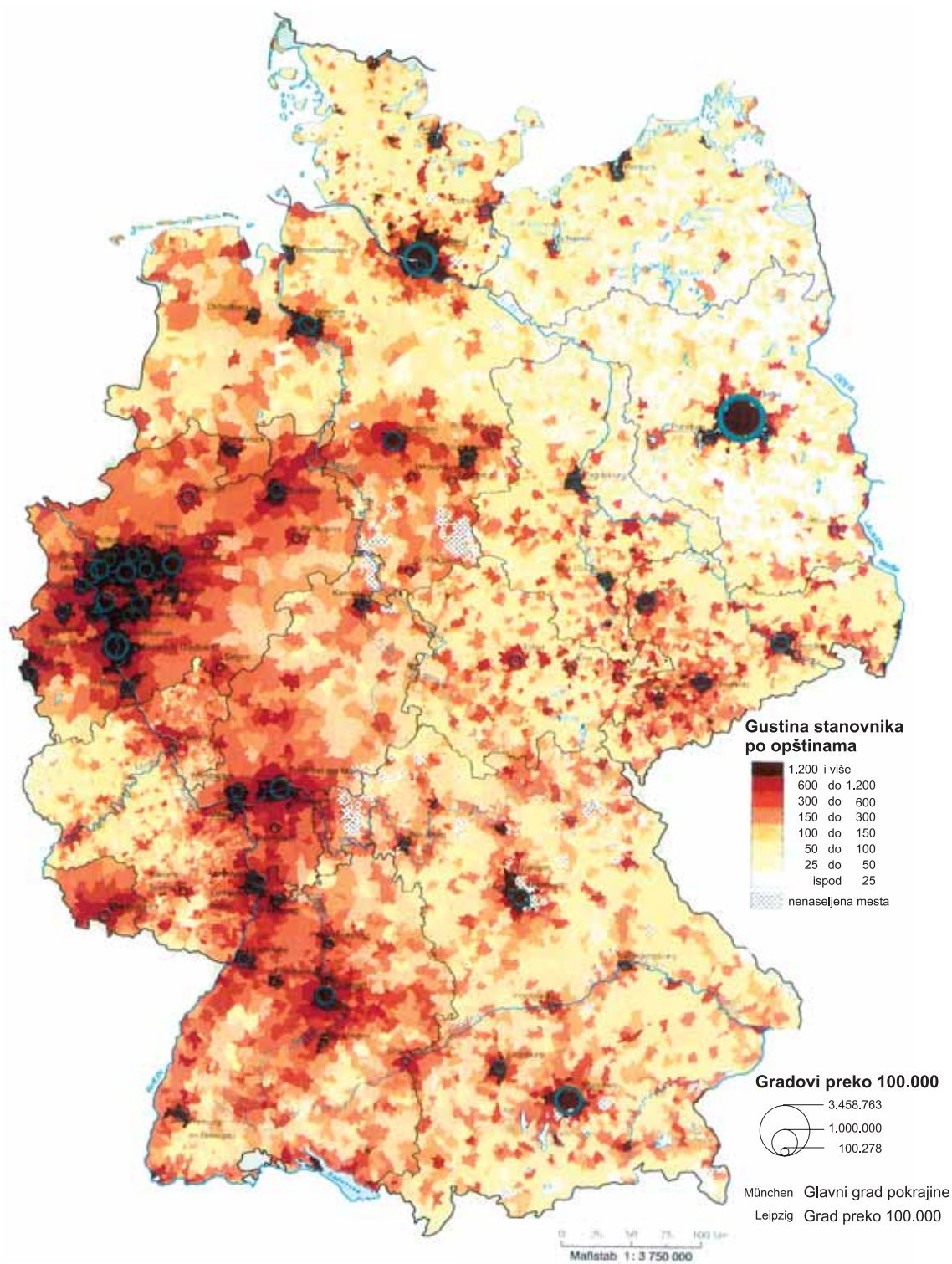
Na grafikonu b) vidimo starosnu strukturu stanovništva 2005. godine. Prema prognozi najbrojniju starosnu grupu čine žene i muškarci između 60 i 70 godina.

Grafikon c) daje nam prognozu starosne strukture Nemaca u 2050, godine. Prema prognozi doći će do naglog porasta starijih ljudi, od 60 do 90 godina. Nastaviće se trend opadanja stanovništva.

Grafikon d) prikazuje smanjenje prirodnog stanovništva uz povećanje broja starih stanovnika

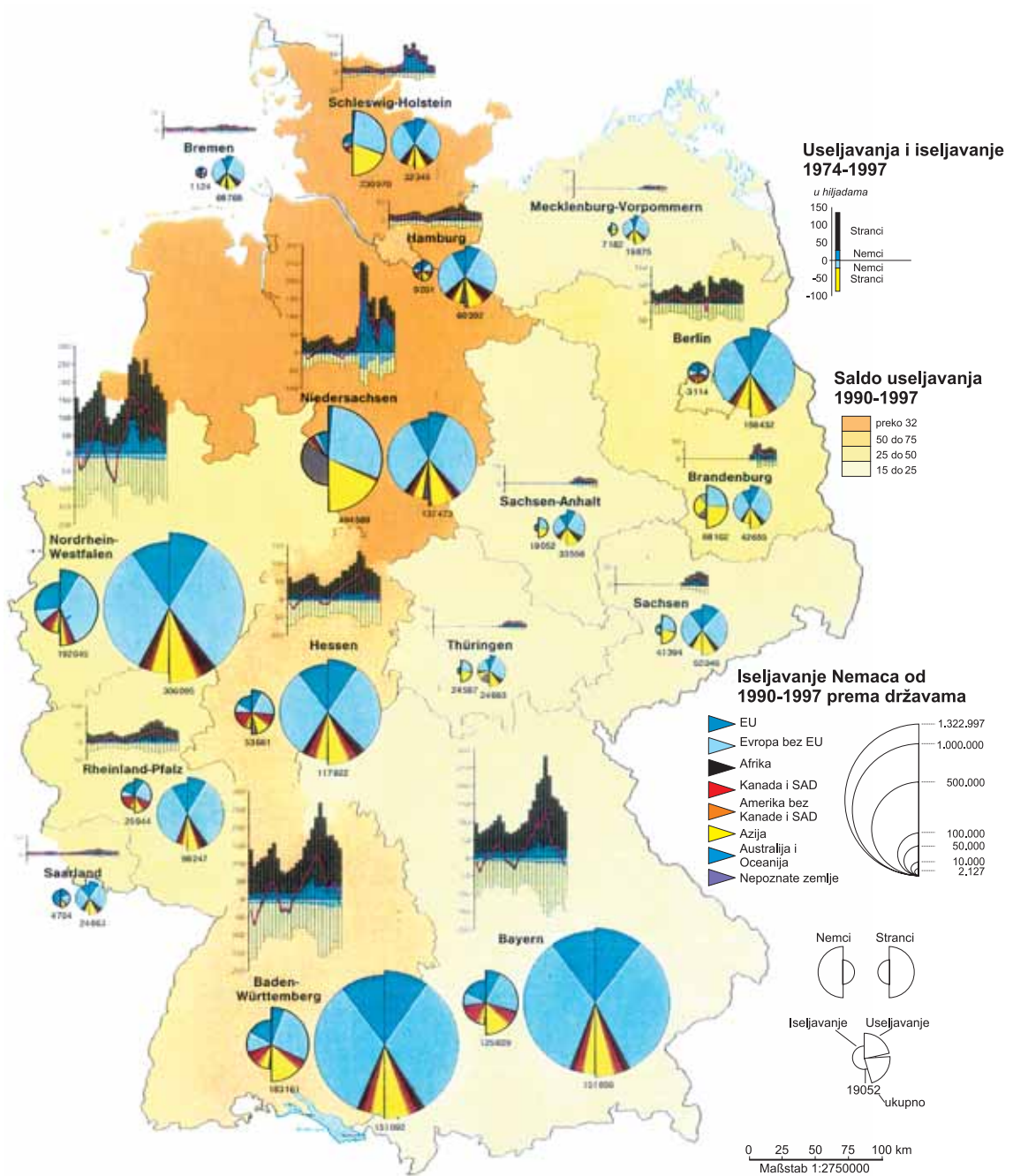


*Stanovništvo Savezne republike Nemačke prema opštinama iz 1998. godine.
 Izvor: Institut für Landeskunde Leipzig*



Izvor: Institut für Ländeskunde, Leipzig 2001

Savezna Republika Nemačka, gustina stanovništva
1997. godine, prema opštinama



Izvor: Institut für Länderkunde, Leipzig 2001

*Iseljavanje i useljavanje Nemaca i stranaca u periodu od 1974-1997. godine
Prema pokrajinama.*

3.3. Životni standard stanovništva

Obrazovna i kvalifikaciona struktura stanovnika je na visokom nivou. Za obrazovanje, nauku i kulturu u 2003. godini budžetske investicije su iznosile 91 milijardu evra.

U Nemačkoj postoji veliki broj poznatih univerzitetskih centara koji obrazuju stručnjake iz različitih oblasti. Sa pojavom novih tehnologija bilo je potrebno obrazovati nove kadrove za specifična zanimanja.

Životni standard u Nemačkoj iznosio je 25.000 US \$ po stanovniku i spada u najviše u Evropi.

Životni standard u poslednjih 15 godina nije imao takvu dinamiku rasta; razlog je priključenje nekadašnje DDR Saveznoj Republici Nemačkoj. Po priključenju istočnih pokrajina bilo je potrebno finansirati njihovu modernizaciju, kao i izgradnju novih infrastrukturnih objekata. Fondovi zdravstvenog i socijalnog osiguranja stanovnika nekadašnje Zapadne Nemačke preusmereni su za stanovnike nekadašnje Istočne Nemačke.

Teritorija SR Nemačke ima takođe neravnomerno razvijene regione; najrazvijenije pokrajine su Bavarska i Baden Vitemnberg. Severna Rajna-Vestfalija spadaju u najveće industrijske regone sveta, sa velikom koncentracijom stanovništva i spojenim gradovima. To je najrazvijenija industrijska regija sveta.

Na karti je prikazana zaposlenost po sektorima u primarnom, sekundnom i tercijarnim sektoru. Karta pokazuje i procenat zaposlenosti stanovništva po regijama.

3.4. Političko i društveno uređenje Savezne Republike Nemačke

SR Nemačka je federalna država, sastavljena iz 16 pokrajina. Državno uređenje SR Nemačke je demokratska parlamentarna država. Nemačka je članica UN, NATO saveza, grupe GE-7 (ekonomski najrazvijenijih zemalja sveta) a članica je i Evropske unije.

Stanovništvo – političko uređenje i privreda. Karta prikazuje SR Nemačku sa njenih 16 pokrajina. Na karti se mogu videti veličina pokrajina i broj stanovnika, sa glavnim gradovima. Glavni grad SR Nemačke je Berlin (ima oko 3,5 miliona stanovnika).

4. Privreda SR Nemačke

Nemačka spada među tri najjače ekonomske sile sveta, a u Evropi se nalazi na prvom mestu. U Nemačkoj su razvijene gotovo sve privredne grane.

Nemačka je u 2005. godini bila na prvom mestu u svetu po izvozu robe i kapitala sa oko 1 bilion američkih dolara – ispred SAD i Japana.

GLAVA 1



Izvor: Baedeker - Allianz Reiseführer, Deutschland, 2000.
Izdavač: Karl Baedeker GmbH, Ostfildern

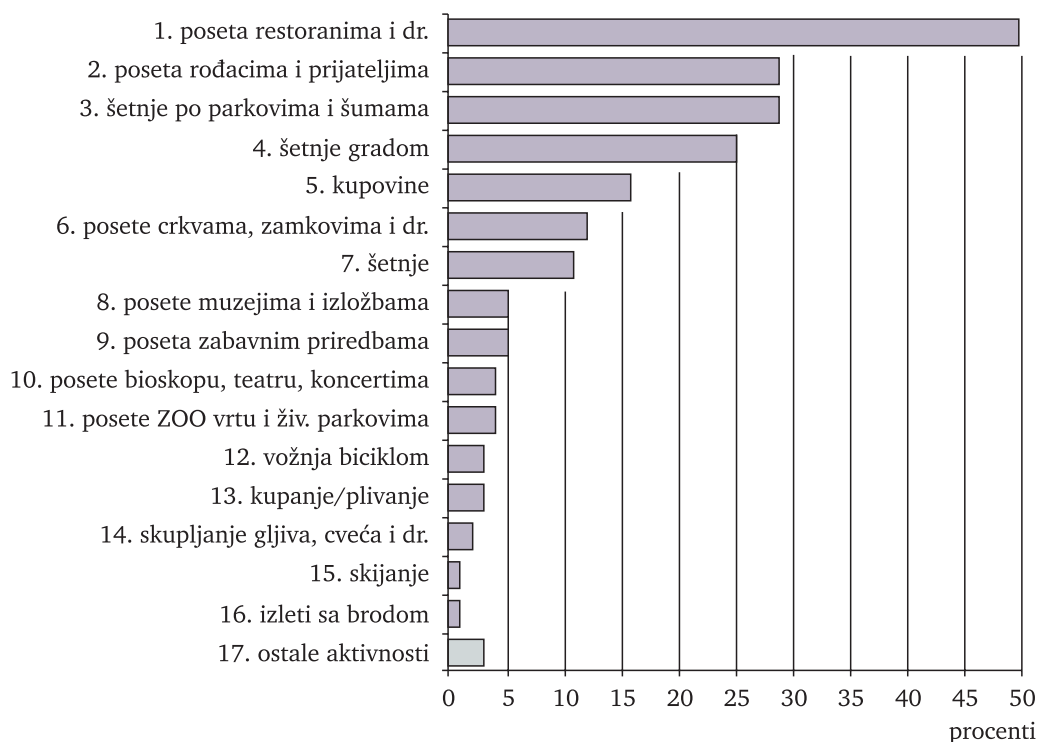
POKRAJINA	GLAVNI GRAD	POVRŠINA km ²	S T A N O V N I K A	
			BROJ (mil.)	GUSTINA po km ²
Baden Württember	Stuttgart	35.751	10,32	289
Freistaat Bayern	München	70.545	11,99	170
Berlin	Berlin	889	3,47	3.904
Brandenburg	Potsdam	29.480	2,54	86
Freie Hansestadt Bremen	Bremen	404	0,67	1.682
Freie und Hansestadt Hamburg	Hamburg	755	1,70	2.261
Hessen	Wiesbaden	21.114	6,00	285
Mecklenburg - Vorpommern	Schwerin	23.170	1,82	79
Niedersachsen	Hannover	47.609	7,78	163
Nordrhein - Westfalen	Düsseldorf	34.075	17,89	525
Rheinland - Pfalz	Mainz	19.845	3,97	200
Saarland	Saarbrücken	2.570	1,08	289
Freistaat Sachsen	Dresden	18.411	4,56	248
Sachsen - Anhalt	Magdeburg	20.445	2,73	134
Schieswing - Holstein	Kiel	15.738	2,72	173
Freistaat Thürinen	Erfurt	16.171	2,50	155

Nemačka i njene pokrajine

Tabela – Struktura zaposlenih u određenim državama sveta

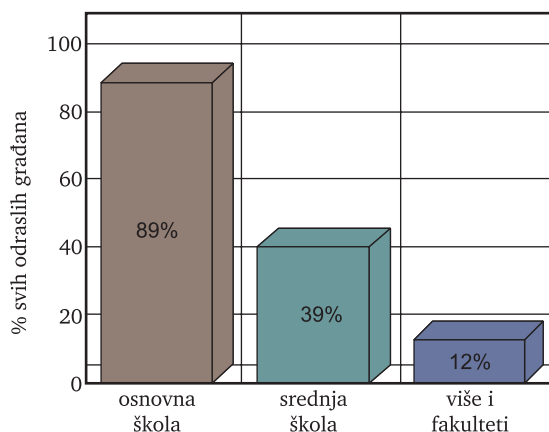
Udeo zaposlenih u privrednom sektoru (prema podacima UN) u periodu od 2000-2003. (prema podacima UN)			
	I	II	III
Velika Britanija	1,6	20,3	78,1
Holandija	3,1	20,2	76,7
SAD	2,5	23,1	74,4
Australija	4,7	21,5	73,8
Francuska	4,2	25,8	7,0
Švajcarska	4,5	26,4	69,1
Španija	6,4	26,2	67,4
Austrija	5,7	28,9	65,4
Nemačka	2,6	33,1	64,3
Italija	5,2	31,8	63,0
Čile	14,4	23,4	62,2
Alžir	15,9	24,5	59,6
Rusija	11,8	29,4	58,8
Poljska	24,1	26,8	49,1
Egipat	28,8	22,4	48,8
Malezija	15,8	37,0	47,2
Turska	45,8	20,5	33,7
NR Kina	49,2	24,1	26,7
Indija	59,4	21,9	18,1
Tanzanija	81,3	8,5	10,2

Izvor: 2005 Zahlen-Daten-Fakten, 2005, Frankfurt/Main



Izletnička aktivnost građana SR Nemačke u 1995. godini u postocima

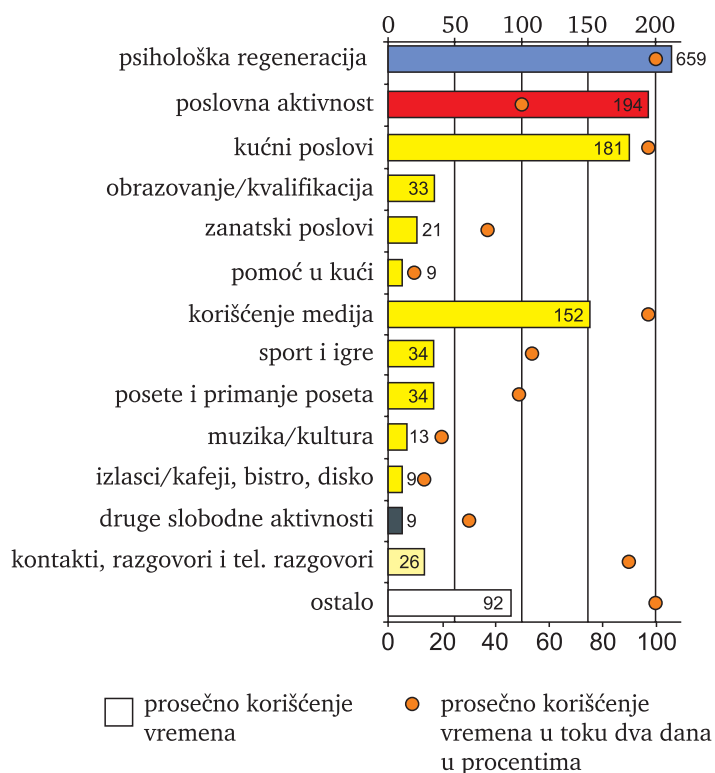
Izvor: Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Bonn, 1996. godine



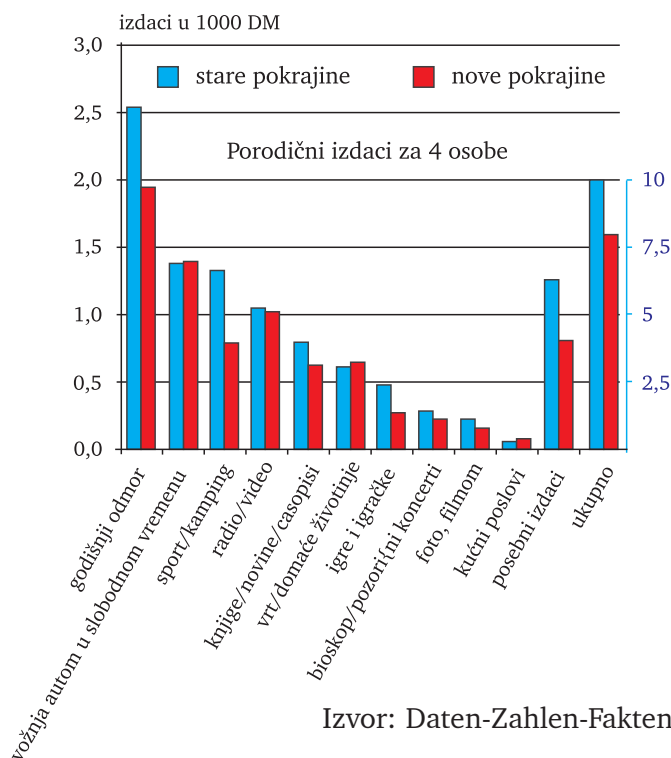
Obrazovna struktura građana SR Nemačke prema podacima Saveznog ministarstva za obrazovanje u 2002. godini

Od ukupnog broja stanovnika oko 90% svih odraslih građana završilo je osnovnu školu. Blizu 40% svih odraslih građana ima završeno srednjoškolsko obrazovanje. Više škole i univerzitete završilo je oko 12% odraslih građana. U statističke podatke uključeni su strani radnici, useljenici koji poseduju nemačko državljanstvo

GLAVA 1

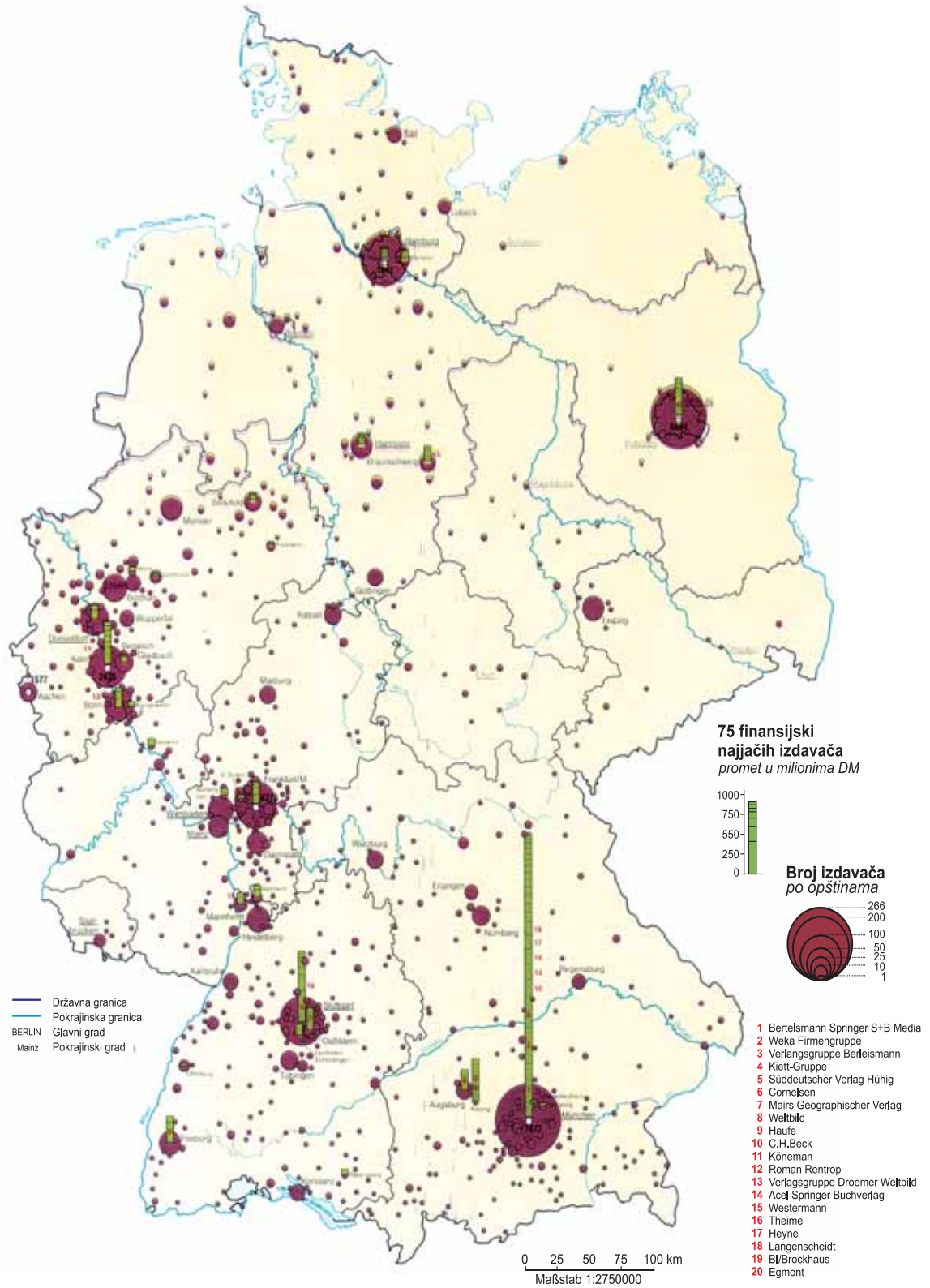


Dnevno korišćenje vremena za osobe starije od 12 godina, izraženo u minutama i procentima

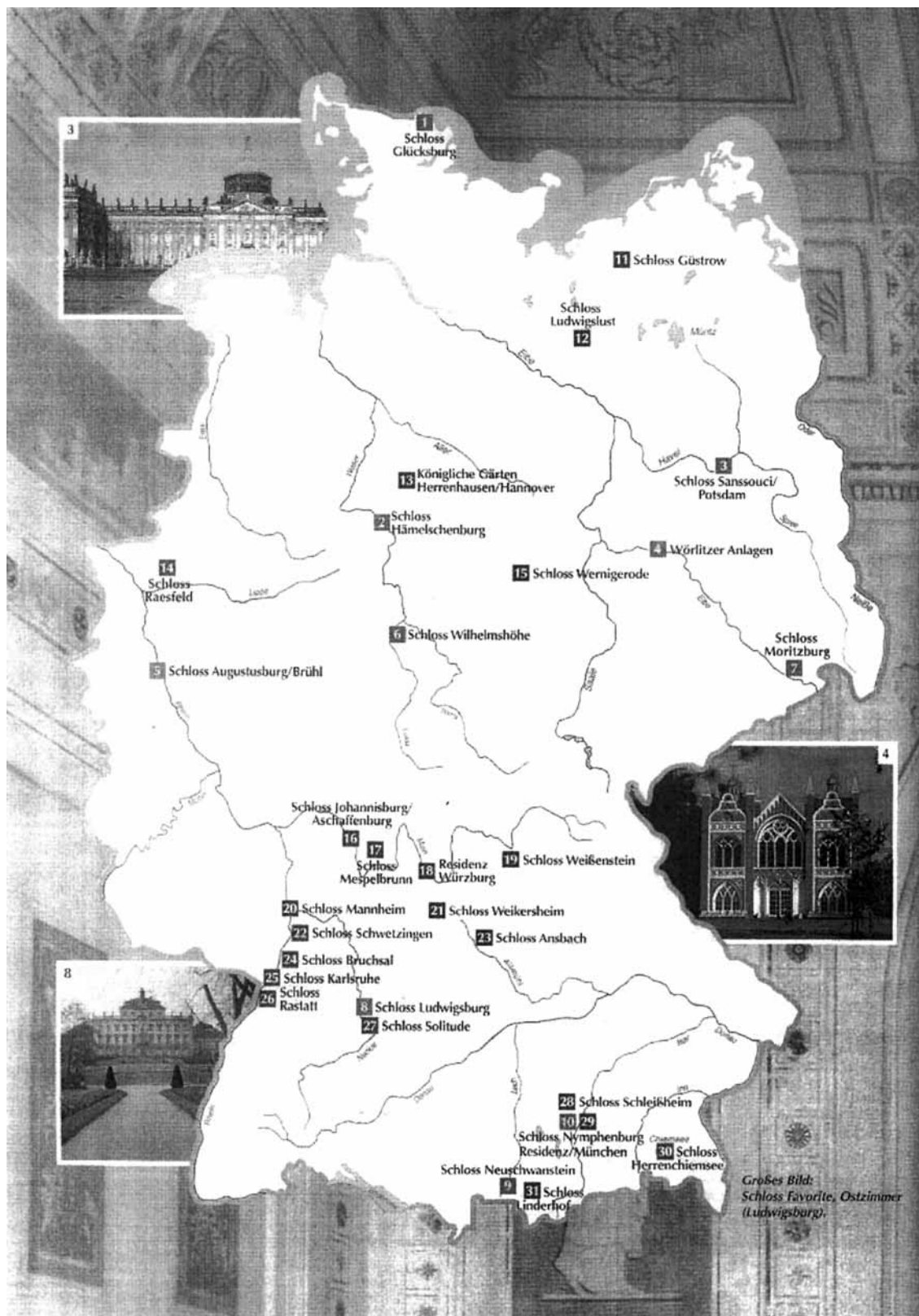


Izvor: Daten-Zahlen-Fakten, 2005, Frankfurt

Stare i nove pokrajine. Potrošnja u slobodnom vremenu

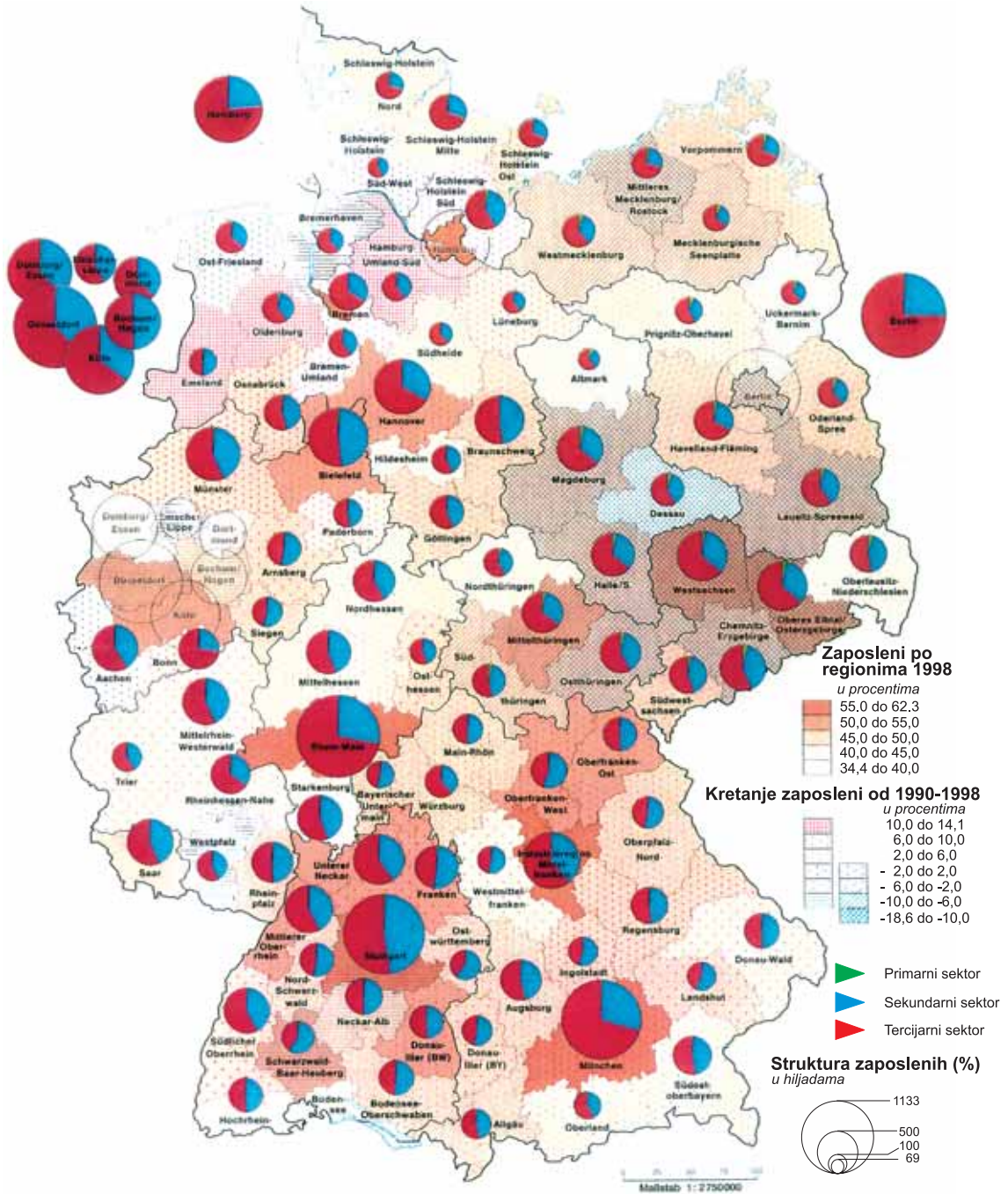


Izdavačka delatnost u Saveznoj Republici Nemačkoj. Naziv i mesta izdavača prema opštinama u 1999. godini.



Izdavačka delatnost u Saveznoj Republici Nemačkoj. Naziv mesta izdavača prema opštinama u 1999. godine

GLAVA 1



Izvor: Institut für Ländeskunde, Leipzig 2001

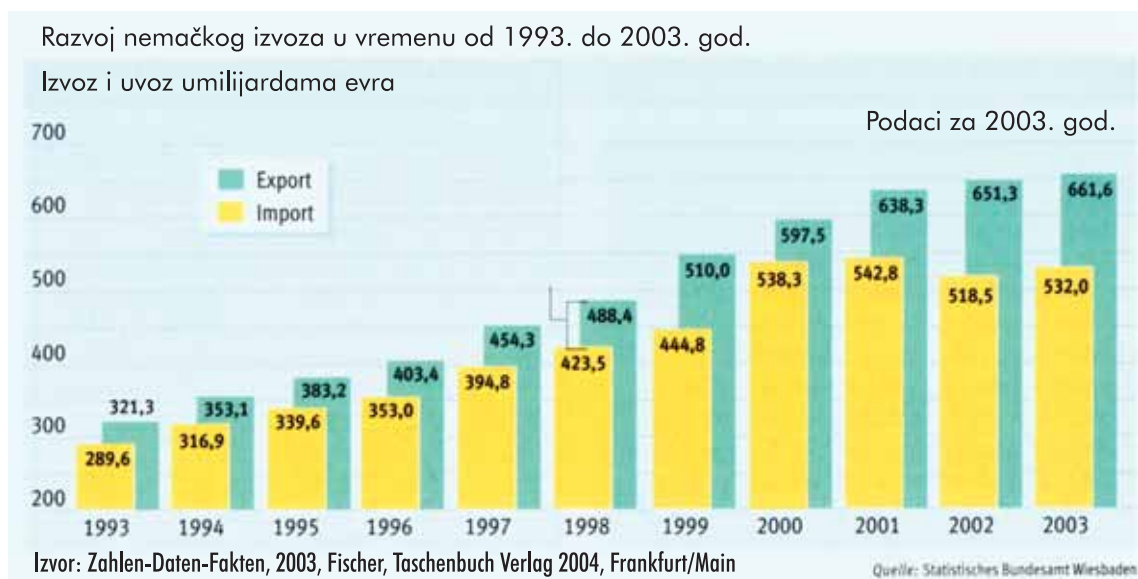
Struktura zaposlenih 1998. godine i razvoj od 1990-1998. godine, prema regionima.

Najvažnije teretne luke u Nemačkoj u mil.tona		
	2002	2001
Duisburger Häfen	47,193	47,013
Köln	13,190	13,103
Hamburg (nur Binnenverkehr)	9,442	10,316
Mannheim	7,957	8,341
Ludwigshafen	7,809	7,621
Karlsruhe	6,874	6,213
Heilbronn	4,929	4,335
Neuss	4,554	4,581
Bremen (nur Binnenverkehr)	4,152	4,713
Frankfurt am Main	4,075	4,510
Gelsenkirchen	3,623	3,448
Krefeld-Uerdingen	3,553	3,066
Kehl	3,364	3,268
Hamm	3,167	3,002
Berliner Häfen	3,148	4,055
Marl-Brassert	3,044	2,646

Izvor: Zahlen-Daten-Fakten, 2003, Fischer, Taschenbuch Verlag 2004, Frankfurt/Main

Prema izveštajima Savezne Republike Nemačke iz 2004. godine, statistički podaci su izgledali ovako:

- bruto nacionalni dohodak po glavi stanovnika iznosio je 23.560 američkih dolara;
- inflacija je iznosila 1,3 %;
- nezaposlenost se kretala između 4,5-5 miliona (sezonska oscilacija u zapošljavanju);
- društveni bruto-proizvod je iznosio oko 2 biliona američkih dolara;
- realni privredni rast u periodu od 1990-odine iznosio je prosečno 1,6 %.



Struktura zaposlenosti je bila sledeća:

- zaposleno u poljoprivredi iznosila je 1,1% od ukupnog broja zaposlenih;
- u industriji je bilo zaposleno 27,7%;
- na uslužne delatnosti otpada 70,3% zaposlenih.

Privreda Nemačke ima konstantan rast. Nakon ujedinjenja dve nemačke države u jednu, nametnula se potreba što bržeg prestrukturiranja starih fabričkih postrojenja kompletnih fabrika kao i celokupne infrastrukture nekadašnjih delova Istočne Nemačke.

Za poslednjih 15 godina u nekadašnje istočne delove Nemačke investirano je oko 500 milijardi evra. Nakon ujedinjenja bilo je potrebno i socijalno zbrinjavanje stanovnika bivše Istočne Nemačke.

Pored navedenog problema, za poslednjih deset godina uselilo se u Nemačku oko 2 miliona građana – Nemaca iz bivšeg SSSR-a (Rusije, Ukrajine, Kazahstana).

Dugogodišnja privredna recesija u svetu poslednjih nekoliko godina nije mimoišla ni Saveznu Republiku Nemačku. Prognoze i statistički podaci za 2006. godinu pokazuju da svetska privreda izlazi iz krize i nagoveštava privrednu konjukturu.

Najnoviji problemi Nemačke privrede ogledaju se i u preseljavanju industrijskih postrojenja i proizvodnje u druge države, naročito u istočno evropske zemlje (Poljska, Češka, Madarska i dr.) zbog jeftinije radne snage i direktno prisustva na tržištu.

Uspehu Nemačke privrede u svetu doprinela je: visokokvalifikovana radna snaga, kulturni nivo stanovništva, organizacija rada, zaštita privredne sredine, niska inflacija, kvalitetni proizvodi, razvoj i uvođenje novih naučnih i tehnoloških pronalazaka (roboti, mikročipovi, genetike i dr.).

Struktura izvoza u 2002. godini:

- 20 % automobili, autobusi i rezervni delovi;
- 12,4 % mašine raznih vrsta;
- 7,7 % hemijski proizvodi;
- 5,8 % elektrotehnički proizvodi;
- 4,7 % elektronika;
- 3,7 % prehrambeni proizvodi;
- 3,2 % gvožđe i proizvodi od gvožđa.

Rurska oblast je najgušće naseljena oblast u kojoj živi oko 5,5 miliona stanovnika na prostoru od 5.000 km². Ova oblast je sve do Drugog svetskog rata bila najveća industrijska oblast u svetu, poznata po uglju i čeliku.

Sa razvojem privrede razvijao se i saobraćaj, i to sve vrste saobraćaja. Na osnovu statističkih podataka iz 2002 godine Nemačka je imala:

- puteva 650.891 km ukupne dužine; od toga 11.286 km bili su auto-putevi;
- dužina železničkih puteva iznosila je 36.040 km;

Najveći aerodromi u Nemačkoj po prevozu putnika i roba u 2003/2002. godine								
Aerodromi	Putnici		Putnici u tranzitu		Prevoz tereta		Prevoz pošte	
	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002
Frankfurt a. M.	458 865	458 359	48 351 664	48 450 357	1 548 012	1 514 845	126 725	140 957
München	355 602	344 405	24 193 304	23 163 720	156 132	165 902	22 000	22 497
Düsseldorf	186 160	190 254	14 273 082	14 741 951	48 401	46 087	123	145
Berlin *	214 518	212 885	13 306 177	12 180 783	29 335	30 133	4 986	15 666
Hamburg	149 362	150 271	9 529 924	8 946 505	23 245	25 254	12 773	15 617
Köln / Bonn	153 365	138 902	7 758 655	5 375 126	527 365	501 080	12 632	14 349
Stuttgart	144 903	144 208	7 584 502	7 274 131	18 012	17 014	10 580	16 207
Hannover	86 449	85 640	5 044 870	4 751 921	6 338	6 058	9 878	8 188
Nürnberg	73 241	77 857	3 290 299	3 208 287	12 996	16 177	4 602	4 717
Leipzig / Halle	40 303	41 209	1 951 121	1 968 429	9 346	7 827	6 499	7 206
Bremen	42 789	44 792	1 639 834	1 693 015	1 164	1 380	1 075	4 887
Dresden	33 024	35 379	1 553 774	1 518 784	649	796	-	-
Münster / Osnabrück	45 942	46 738	1 512 786	1 476 734	91	375	667	2 783
Dortmund	37 450	41 690	1 023 329	994 478	96	289	-	-
Erfurt	16 148	16 877	464 681	445 504	3 934	3 369	-	-
Saarbrücken	15 011	15 164	458 183	461 299	372	170	-	-
Insgesamt	2 053 132	2 044 630	141 936 185	136 651 024	2 385 488	2 336 756	212 540	253 219

Izvor: Zahlen-Daten-Fakten, 2003, Fischer, Taschenbuch Verlag 2004, Frankfurt/Main

- ukupna dužina vodenih puteva – reka i kanala, iznosila je 6.754 km;
- avionski saobraćaj je izuzetno razvijen. Samo aerodrom u Frankfurtu prevezao je 39,5 miliona putnika u 2002. godini.

Nemački saobraćaj spada među najbolje organizovane u svetu.

Glavni grad Nemačke je Berlin (oko 3,5 miliona stanovnika). Ostali veći gradovi su Hamburg (1,7 miliona stanovnika), Minhen (1,3 miliona stanovnika), Keln (oko 1 milion stanovnika).

U Nemačkoj je zastupljen veliki broj medija koji igraju važnu ulogu u prenosu informacija, razvijanju kulture, a istovremeno imaju i značajan edukativni karakter.

U Nemačkoj svakodnevno izlazi 375 dnevnih listova. Broj prodatih novina je 300 primeraka na 1000 stanovnika. U Nemačkoj postoji veliki broj privatnih TV-programa, a od toga su tri državna.

5. Naselja

U Saveznoj Republici Nemačkoj živi 82.531.671 stanovnik, prema podacima iz 2003. godine, a na teritoriji od 357.027 km². Prosečna gustina naseljenosti iznosi 231 stanovnik na 1 km². Državni jezik je nemački; glavni grad Nemačke je Berlin sa 3,4 miliona stanovnika. SR Nemačka sastoji se od 16 pokrajina, 86% stanovnika Nemačke živi u gradovima.

Najveći gradovi Nemačke su Berlin (3,4 miliona), Hamburg (1,7 miliona), Minhen (1,3 miliona) stanovnika.

Sa industrijalizacijom tekla je istovremeno i urbanizacija i stvaranje velikih gradova koji su u Rurskoj oblasti gotovo spojeni i predstavljaju megapolise. Nakon ujedinjenja sve državne funkcije su premeštene iz Bona u Berlin; zato je on pored političko administrativnih funkcija, dobio i značajnu ulogu u turističkim kretanjima.

U okviru privrede i Savezna vlada napravila je projekciju plana od 2004-2014. godine pod nazivom Privreda i politika u funkciji turističkog razvoja.

Berlin kao glavni grad, može da bude dobar primer za sve veće gradove u svetu u traženju i prevazilaženju komunalnih i urbanističkih problema, koji su od značaja za ukupan razvoj grada. Sa aspekta ovoga rada Berlin je veoma interesantan o projektovanim programima za razvoj turizma. U cilju razvoja Berlin je pristupio razvoju saobraćajne infrastrukture a posebno izgradnji aerodroma. Da bi se navedeni zadaci realizovali, Berlin je istovremeno stvorio planove za školovanje i dalje usavršavanje kadrova, posebno za turističku privredu. Berlin sa svojim projekcijama razvoja u nekim segmentima, može biti model za izgradnju Beogra-

	Broj putničkih i teretnih vozila u 2001. god. u milion.	
	Automobili	Teretna vozila i autobusi
USA (1999)	132,432	81,614
Japan (2000)	62,438	19,979
Deutschland	44,383 *	2,649
Italien	33,239	3,639
Frankreich	28,700	5,673
Großbritannien	28,604	2,899
Brasilien	23,242	5,306
Russland	20,353	4,401
Spanien	18,151	3,393
Kanada (1998)	13,887	3,626
Polen	10,503	1,783
Mexiko (2000)	10,443	7,932
Australien (1998)	9,561 *	2,113
VR China (2000)	8,537	7,163
Rep. Korea (2000)	8,084	2,529
Niederlande	6,710	0,684
Indien (1998)	5,056	2,529
Belgien	4,685	0,508
u. a. Österreich	4,182 *	0,331
Schweiz	3,630 *	0,285
zum Vergleich:		
Kenia	0,245	0,058
Äthiopien	0,059	0,034

* inkl. Kombi

Izvor: Zahlen-Daten-Fakten, 2003, Fischer, Taschenbuch Verlag 2004, Frankfurt/Main

Pregled stanja motornih vozila u Nemačkoj

	2004	2003	1990*
PKW und Kombi	45,023	44,657	30,685
LKW	2,586	2,619	1,389
Motorräder	3,745	3,657	1,414
Traktoren	1,952	1,952	1,757
Omnibusse	0,086	0,086	0,070
Sonstige (Wohnmobile, Sonderfahrzeuge usw.)	0,689	0,684	0,434
Kfz insgesamt	54,082	53,656	35,748

* nur westliche Bundesländer

Proizvodnja motornih vozila

	Automobili i kombi vozila		Teretna vozila i autobusi	
	2001	2000	2001	2000
USA	4,879	5,540	6,570	7,260
Japan	8,118	8,363	1,660	1,781
Deutschland	5,487	5,248	0,292	0,308
Frankreich	3,182	2,880	0,447	0,468
Rep. Korea	2,471	2,602	0,475	0,513
Spanien	2,211	2,366	0,639	0,667
Großbritannien	1,492	1,641	0,193	0,172
Kanada	1,275	1,551	1,261	1,411
VR China	0,704	0,605	1,628	1,464
Brasilien	1,482	1,348	0,316	0,323
Italien	1,272	1,422	0,308	0,316
Mexiko	1,209	1,279	0,647	0,656
Russland	1,022	0,983	0,228	0,242
Indien	0,548	0,642	0,277	0,283
Tschech. Rep.	0,457	0,428	-	-
Polen	0,364	0,533	-	0,050
Weltproduktion	40,144	40,398	14,850*	14,900*

* ohne Traktoren

da, kao prestonice naše države. Kopiranje planova Berlina do detalja nije izvodljivo za naš glavni grad s obzirom na velike razlike u veličini, ekonomskom, političkom i turističkom značaju, a u određenim segmentima može da bude poučno.

Berlin je u 2004. godini povećao broj posetilaca za skoro 28%, i taj broj iznosio je 1,65 miliona.

Od ukupno svih prihoda Berlina 46% se ostvaruje od turizma. Od ukupnog broja stanovnika koji iznosi 3,5 miliona, 170.000 zaposleno je u turističkoj privredi.

Učeničkih mesta u turističkoj privredi ima za 5200 učenika. Berlin, prema prognozi, treba da postane jedan od vodećih gradova u Evropi u oblasti kongresnog turizma.

Najveće brodske luke u svetu		
	2002	2000
1. Singapur	335,156	325,591
2. Rotterdam (Niederlande)	320,861	319,969
3. Shanghai (VR China)	238,606	204,431
4. South Lousiana (USA)	235,053	222,587
5. Hongkong (VR China)	192,510	174,642
6. Chiba (Japan)	158,929	169,043
7. Houston (USA)	158,760	158,760
8. Nagoya (Japan)	158,020	153,370
9. Kwangyang (Rep. Korea)	153,447	139,476
10. Ningbo (VR China)	150,000	115,474
11. Ulsan (Rep. Korea)	148,412	151,067
12. Inchon (Rep. Korea)	146,181	120,398
13. Pusan (Rep. Korea)	143,772	117,229
14. Guangzhou (VR China)	140,395	111,310
15. Antwerpen (Belgien)	131,629	130,531
16. Kaohsiung (Rep. China)	129,414	115,287
17. Tianjin (VR China)	129,000	95,699
18. Los Angeles (USA)	123,412	101,507
19. Long Beach (USA)	121,282	124,830
20. Qinhuangdao (VR China)	121,152	94,183
21. Qingdao (VR China)	120,000	86,360
22. Yokohama (Japan)	118,072	116,994
23. Dalian (VR China)	107,538	90,841
24. Hamburg (Deutschland)	98,272	85,863
25. Marseille (Frankreich)	92,261	94,097
26. Dampier (Australien)	92,228	81,446
27. Osaka (Japan)	86,499	92,948
28. Kitakyushu (Japan)	84,249	93,454
29. Tokio (Japan)	82,945	84,559
30. Port Kelang (Malaysia)	82,271	65,277
31. Port Hedland (Australien)	81,758	72,914
32. Richards Bay (Südafrika)	81,509	91,519
33. Kobe (Japan)	78,601	84,640
34. Newcastle (Australien)	76,887	73,871
35. Shenzhen (VR China)	75,882	59,968

Izvor: Zahlen-Daten-Fakten, 2003, Fischer, Taschenbuch Verlag 2004, Frankfurt/Main

Važne luke u Nemačkoj				
	2002	2001	2002	
Hamburg	86,724	82,948	33,979	52,745
Bremen/Bremerhaven	40,452	40,066	17,538	22,913
Wilhelmshaven	38,798	40,850	8,520	30,278
Rostock	17,347	17,065	7,747	9,600
Lübeck	17,020	17,044	6,601	10,419
Brunsbüttel	7,560	7,710	2,323	5,236
Brake	5,019	5,021	1,932	3,087
Bützfleth	3,653	4,034	1,133	2,520
Emden	3,380	3,359	1,118	2,262
Puttgarden	3,283	3,362	1,943	1,340
Nordenham	3,143	3,620	0,291	2,852

II

OPŠTE TURISTIČKE KARAKTERISTIKE SRBIJE I CRNE GORE

Nakon raspada SR Jugoslavije i proglašenja Srbije i Crne Gore za posebnu državu, obuhvata površinu od 102.173 km², a broj stanovnika u 1991. godini iznosio je 10.394.026. Nakon ratnih sukoba i stavljanja pokrajine Kosovo pod međunarodni protektorat, broj stanovnika više nije moguće precizno odrediti. Teritorijalni integritet Srbije i Crne Gore još nije tačno utvrđen, što predstavlja veliki problem u donošenju zaključaka o sadašnjem stanju i budućem razvoju turizma i turističke rekreacije kod nas.

1. Turističko-geografski položaj Srbije i Crne Gore

Srbija i Crna Gora nalaze se između 41°50' (ušće Bojane u Jadransko more) i 46°50' (10 km severno od Subotice, prema mađarskoj granici) severne geografske širine i 18°26' do 23°00' istočne geografske dužine. Srbija i Crna Gora spadaju u jugoistočnu Evropu. Njen geografski položaj definiše je kao državu koja je: balkanska, srednjeevropska, jadransko-mediteranska i podunavska. Najveći deo teritorije naše zemlje pripada Balkanskom poluostrvu (80 %), a ostalih 20 % teritorije pripada srednjoj Evropi. Srbija i Crna Gora ima jadransko-mediteranski položaj jer izlazi na Jadransko more, obala duga 249,1 km, koja pripada Crnoj Gori.

Podunavski položaj Srbije i Crna Gora imaju jer preko naše teritorije protiče međunarodna reka Dunav, koja je duga 588 km, i koja je povezana kanalom sa rekama Rajnom i Majnom, povezuje srednju i istočnu Evropu, odnosno služi kao važna saobraćajna veza za sve zemlje koje se nalaze između Severnog i Crnog mora. Dunav nije samo vodena saobraćajnica za prevoz raznih roba i sirovina, nego služi i kao važna turistička veza. (Dr Romelić Jovan, mr Ćurčić Nevena, Turistička geografija Jugoslavije, Novi Sad, 2001.)

1.1 Geografski položaj

Kada govorimo o glavnim turističkim pravcima, možemo reći da je za Srbiju i Crnu Goru značajan istočno-mediteranski pravac, koji povezuje prostore severne, centralne i zapadne Evrope sa prostorima oko Egejskog i Crnog mora. Ovaj turistički pravac imaće određenu perspektivu razvoja u budućnosti, nakon ulaska

zemalja Balkana i istočne Evrope u Evropsku uniju. Ovaj pravac povezuje evropski kontinent sa azijskim prostorima i predstavljaće u budućnosti tranzitni turistički pravac. Srbija i Crna Gora, nakon svih ratnih sukoba i međunarodne izolacije, imaju pogoršan turistički položaj u odnosu na glavne turističke disperzive, a posebno u odnosu na Saveznu Republiku Nemačku.

Uopšte, može se reći da Srbija ima nerazvijen inostrani turizam. Situacija sa Crnom Gorom je nešto bolja, iako su ratna zbivanja i izolacija ostavili posledice i na ovom području naše zemlje.



Karta Srbije i Crne Gore

2. Prirodne turističke vrednosti Srbije i Crne Gore

U prirodne turističke vrednosti Srbije i Crne Gore spadaju: Crnogorsko primorje, planine, reke i jezera. Uz ove prirodne vrednosti, potrebno je posebno uvrstiti banje sa termomineralnim izvorima koji spadaju u posebno prirodno bogatstvo Srbije i Crne Gore.

2.1 Crnogorsko primorje

Crnogorsku obalu čini uzan prostor uz more, ukupne dužine oko 249,1 km obalske linije. Obalska linija vodi od mesta Prevlake kod Herceg Novog do ušća reke Bojane u Jadransko more. U okviru primorske turističke regije, po svojim geomorfološkim osobinama mogu se izdvojiti sledeće specifične celine:

- bokokotorska turistička subregija,
- budvanska turistička subregija,
- barska turistička subregija,
- ulcinjska turistička subregija.

(Prema podeli dr J. Romelića, Turistička geografija, PMF – Institut za geografiju, Novi Sad, 2001.)

Crnogorsko primorje, sa svojim turističko-geografskim i antropogenim karakteristikama, jeste region pogodan za razvoj kupališnog turizma. Ovaj region još uvek nema dovoljne i kvalitetne smeštajne kapacitete, a i saobraćajna infrastruktura je nedovoljno razvijena. Saobraćajnu vezu sa turističkim disperzitivima predstavlja i železnička pruga Beograd – Bar. Ova saobraćajnica igra važnu ulogu u prevozu turista jer povezuje rpostore Srbije sa crnogorskim primorjem. Ona će imati veću važnost za turizam, jer će u dogledno vreme postati još značajnija veza između istočne i srednje Evrope. Crnogorsko primorje je sa ostalim delovima zemlje povezano i avio-saobraćajem. Najvažniji aerodromi su u Tivtu i u Podgorici. Preko ovih aerodroma vrši se prevoz, kako domaćih tako i stranih turista. Značaj ovih aerodroma svake godine će sve više rasti, a naročito će biti velik kod prevoza stranih turista na Crnogorsko primorje. Putna mreža u Srbiji i Crnoj Gori ne zadovoljava savremene zahteve. Put Beograd – Bar (tzv. Jadranska magistrala) i put od albanske do hrvatske granice, potencijalno predstavljaju važan turistički pravac. Stanje ovih puteva, trenutno, ne zadovoljava sve kriterijume savremenog puta.

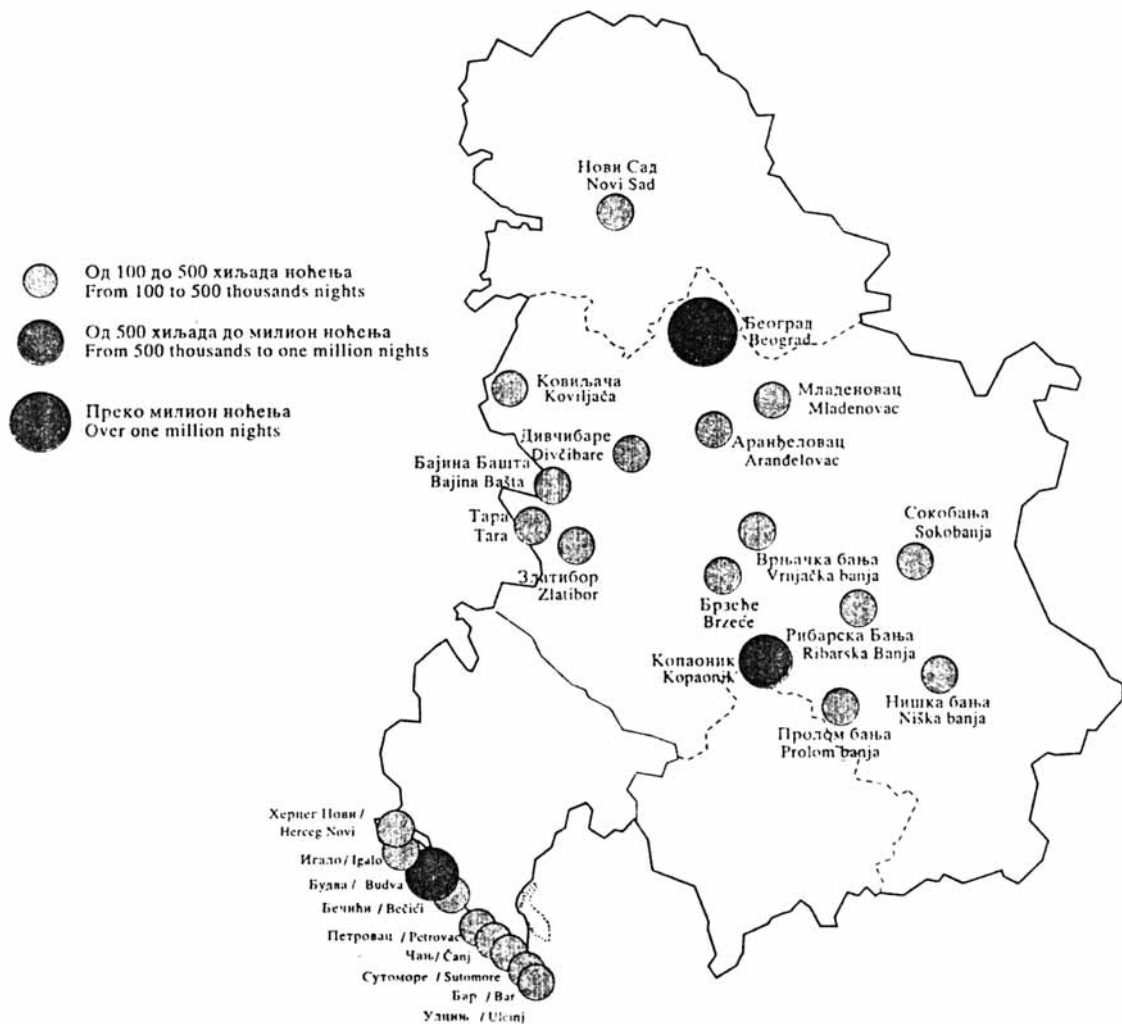
U regiju primorja spadaju opštine: Herceg Novi, Kotor, Tivat, Budva, Bar i Ulcinj. Bokokotorski zaliv, kao turistička subregija, predstavlja istovremeno i riznicu kulturno-istorijskih spomenika iz rimskog, grčkog, mletačkog i austrougarskog perioda. Posebno je interesantan sam grad Kotor i Herceg Novi. Bokokotorski zaliv sa Lovćenom u zaleđu predstavlja jedinstvenu riznicu prirodnih i antropogenih motiva.

Budvanska turistička subregija, sa svojim prirodnim i antropogenim vrednostima, predstavlja značajan motiv za razvoj kupališnog turizma, uz uključivanje i valorizacije kulturnih vrednosti. Najznačajnija mesta na budvanskoj rivijeri

su: Budva, Bečići, Sveti Stefan i Petrovac na Moru. Ovaj prostor raspolaže najlepšim peščanim plažama na Jadranskom moru. (Dr Romelić, J: Op.cit)

Barska turistička subregija

Ova regija obuhvata prostor od rta Komina pa do rta Dubovica. Najvažnija mesta u ovoj subregiji su Bar, Čanj i Sutomore. Ova subregija je važna zbog nje-ne saobraćajne povezanosti sa unutrašnjošću zemlje preko železničke pruge Beograd – Bar; ova je regija saobraćajno povezana i sa Italijom i to trajektnom linijom Bar – Bari.



Izvor: Statistički godišnjak Srbije, 2003. godine

Turistička mesta sa preko 100.000 noćenja gostiju u 2002. godini

Ulcinjaska turistička subregija

Obuhvata prostor od rta Komina pa do ostrva Ada na reci Bojani. Najveće naselje u ovoj subregiji je grad Ulcinj. Ova subregija poseduje veliku, peščanu, ulcinjsku plažu, koja je duga više od 10 km. Ostale plaže u ovoj regiji nalaze se na reci Bojani, a postoji i mala plaža u Ulcinju; one zajedno imaju veliki potencijal za razvoj kupališnog i zdravstvenog turizma.

Primorska turistička regija u Crnoj Gori predstavlja veliki turistički potencijal za razvoj kupališnog i kulturnog turizma. Ova regija nekad je bila važna turistička destinacija za nemačke turiste. Uz plansku i organizovanu izgradnju turističko-saobraćajne infrastrukture i uz maksimalnu primenu ekoloških normi i kriterijuma u očuvanju prirode, ona će u budućnosti predstavljati jednu od najatraktivnijih turističkih regija Srbije i Crne Gore.

Koristeći se komplementarnim vrednostima planine Lovećen i Durmitora, kao veoma atraktivnih planinskih i prirodnih motiva, cela ova regija ima veoma veliki turistički potencijal. (Dr Romelić, J: Op.cit.)

3. Planine Srbije i Crne Gore kao turističke vrednosti

Najveći deo teritorije Srbije i Crne Gore čine planine različitih visina i postanka. Morfološke karakteristike planina, gde se – pored visine same planine – ocenjuju njen nagib, hidrografski objekti, biljni i životinjski svet, predstavljaju osnov za turističku valorizaciju planina.

Turistička valorizacija planina, prema turističkim potrebama, a prema klasifikaciji dr S. Stankovića, mogla bi izgledati ovako.

3.1 Izletničko-rekreativne planine

To su planine: Avala, Fruška Gora, Zlatibor i dr. Karakteristično je za ove planine, sa aspekta turističkog vrednovanja, jeste da imaju povoljan položaj prema većim gradskim centrima, koji bi mogli biti važan motiv za turističku posetu, bilo u vidu izleta ili, pak, za posetu u trajanju od više dana. Blizina većih gradova omogućava razvijanje izletničkog turizma. Ove planine se odlikuju masovnim i čestim posetama izletnika. Služe kao značajni rekreativni centri. (Dr Stanković, M. Stevan (1983), Turizam u Jugoslaviji, Beograd, 1983.)

3.2 Sportsko-manifestacione planine

U ove planine na teritoriji Srbije i Crne Gore ubrajamo Kopaonik, Durmitor, Šar planinu i Zlatibor. Zbog svoje visine i ekspozicije pogodne su za razvoj zimskih sportova (smučanja, skijanja i dr.). U već afirmisane planine, po razvijenosti zimskih sportova, spada Kopaonik. Ova planina, iako nije dobro saobraćajno povezana sa većim gradskim centrima, a i udaljene je dosta od emitivnih turističkih centara, ipak – zbog svojih prirodnih karakteristika i izgrađene receptivne

GLAVA 2

4.28. ПРЕСЕЉАВАЊА СТАНОВНИШТВА У ПЕРИОДУ 1997-2001.

POPULATION MIGRATIONS OVER THE PERIOD 1997-2001.

	Укупно Total	Савезна Република Југославија - Federal Republic of Yugoslavia					Републике бивше СФРЈ Republics of the former SFRY				Непознато Unknown	
		Црна Гора Montenegro	Србија - Serbia				Босна и Херцеговина Bosnia and Herzegovina	Хрватска Croatia	Македонија Macedonia	Словенија Slovenia		
			света all	Централна Србија Central Serbia	Војводина Vojvodina	Косово и Метохија Kosovo and Metohia						
1997. година												
Досељено у:												
Црну Гору	5 347	3 109	1 624	1 097	226	301	490	94	7	21	2	Migration in: Montenegro
Србију	102 174	1 548	95 922	74 328	13 626	7 968	1 051	914	152	137	2 450	Serbia
Централну Србију	78 602	1 197	76 188	71 862	2 451	1 875	688	290	133	106	-	Central Serbia
Војводину	16 728	246	13 336	1 993	11 141	202	353	620	10	26	2 137	Vojvodina
Косово и Метохију	6 844	105	6 398	473	34	5 891	10	4	9	5	313	Kosovo and Metohia
Одсељено из:												
Црне Горе	5 248	3 237	1 738	1 290	265	183	260	7	3	3	-	Montenegro
Србије	121 178	18 105	98 060	77 460	12 170	8 930	3 733	176	167	24	913	Serbia
Централне Србије	98 685	15 451	79 502	73 467	4 444	1 591	3 488	99	120	23	2	Central Serbia
Војводине	10 089	793	9 018	1 545	7 423	50	202	58	15	1	2	Vojvodina
Косова и Метохије	11 753	306	10 419	2 440	327	7 652	28	13	30	-	957	Kosovo and Metohia
1998. година												
Досељено у:												
Црну Гору	6 392	4 411	1 489	1 133	254	102	366	85	15	17	9	Montenegro
Србију	111 026	1 157	101 208	76 058	15 514	9 636	1 226	1 153	233	137	5 912	Serbia
Централну Србију	80 332	930	77 886	73 482	2 339	2 065	729	468	200	116	3	Central Serbia
Војводину	22 419	145	15 574	2 147	13 148	279	487	682	17	21	5 493	Vojvodina
Косово и Метохију	8 275	82	7 748	429	27	7 292	10	3	16	-	416	Kosovo and Metohia
Одсељено из:												
Црне Горе	4 624	3 377	1 050	804	148	98	183	3	3	2	6	Montenegro
Србије	122 262	13 928	102 789	79 608	13 796	9 385	4 091	124	165	24	1 141	Serbia
Централне Србије	97 207	12 575	80 954	75 408	4 247	1 299	3 493	50	117	18	-	Central Serbia
Војводине	12 288	669	10 820	1 624	9 159	37	550	57	6	6	180	Vojvodina
Косова и Метохије	12 767	684	11 015	2 576	390	8 049	48	17	42	-	961	Kosovo and Metohia
1999. година¹⁾												
Досељено у:												
Црну Гору	6 851	4 326	2 066	1 600	377	89	280	159	8	6	6	Montenegro
Србију	110 638	929	99 338	76 276	14 979	8 083	1 347	1 430	184	90	7 320	Serbia
Централну Србију	79 378	743	76 736	73 926	2 078	732	900	757	161	81	-	Central Serbia
Војводину	22 985	104	14 854	1 921	12 874	59	437	670	7	9	6 904	Vojvodina
Косово и Метохију	8 275	82	7 748	429	27	7 292	10	3	16	-	416	Kosovo and Metohia
Одсељено из:												
Црне Горе	6 513	3 138	3 056	2 425	575	56	282	11	6	10	10	Montenegro
Србије	110 806	4 083	102 247	79 874	13 915	8 458	2 937	123	138	22	1 256	Serbia
Централне Србије	86 377	3 130	80 644	75 999	4 253	392	2 419	66	94	22	2	Central Serbia
Војводине	11 662	269	10 588	1 299	9 272	17	470	40	2	-	293	Vojvodina
Косова и Метохије	12 767	684	11 015	2 576	390	8 049	48	17	42	-	961	Kosovo and Metohia
2000. година¹⁾												
Досељено у:												
Црну Гору	5 054	3 824	961	760	159	42	177	73	9	5	5	Montenegro
Србију	138 864	1 308	125 472	96 694	21 018	7 760	4 795	6 269	381	163	476	Serbia
Централну Србију	99 816	969	93 209	90 108	2 672	429	2 527	2 689	333	89	-	Central Serbia
Војводину	30 773	257	24 515	6 157	18 319	39	2 258	3 577	32	74	60	Vojvodina
Косово и Метохију	8 275	82	7 748	429	27	7 292	10	3	16	-	416	Kosovo and Metohia
Одсељено из:												
Црне Горе	7 336	3 543	3 572	2 900	644	28	201	10	-	5	5	Montenegro
Србије	136 291	2 611	128 980	97 227	23 488	8 265	3 354	228	142	12	964	Serbia
Централне Србије	99 219	1 502	95 501	90 584	4 713	204	2 058	69	81	7	1	Central Serbia
Војводине	24 305	425	22 464	4 067	18 385	12	1 248	142	19	5	2	Vojvodina
Косова и Метохије	12 767	684	11 015	2 576	390	8 049	48	17	42	-	961	Kosovo and Metohia
2001. година¹⁾												
Досељено у:												
Црну Гору	4 451	3 157	1 005	782	195	28	187	84	12	6	-	Montenegro
Србију	144 473	1 650	121 354	93 103	20 521	7 730	8 891	10 880	881	401	416	Serbia
Централну Србију	102 659	1 276	90 557	87 382	2 801	374	4 823	4 943	760	300	-	Central Serbia
Војводину	33 539	292	23 049	5 292	17 693	64	4 058	5 934	105	101	-	Vojvodina
Косово и Метохију	8 275	82	7 748	429	27	7 292	10	3	16	-	416	Kosovo and Metohia
Одсељено из:												
Црне Горе	7 109	3 358	3 549	2 905	606	38	182	16	1	3	-	Montenegro
Србије	131 005	2 282	125 489	94 227	22 904	8 358	2 004	152	102	15	961	Serbia
Централне Србије	95 160	1 255	92 583	87 360	4 921	302	1 227	41	46	8	-	Central Serbia
Војводине	23 078	343	21 891	4 291	17 593	7	729	94	14	7	-	Vojvodina
Косова и Метохије	12 767	684	11 015	2 576	390	8 049	48	17	42	-	961	Kosovo and Metohia

¹⁾ Подаци за Косово и Метохију преузети су из 1998. као последње расположиве године.

¹⁾ Data for Kosovo and Metohia were taken over from 1998, as the last available year.

Izvor: Statistički godišnjak Srbije, 2003. godine

Preseljavanje stanovništva u periodu od 1997. do 2001. godine

infrastrukture – predstavlja značajan potencijal za dalji razvoj zimskog turizma u domaćim i internacionalnim razmerama.

3.3 Kulturno-manifestacione planine

U ove planine spadaju: Avala, Kosmaj i Fruška Gora. Na ovim planinama nalaze se kulturno-istorijski spomenici koji ilustruju bližu i dalju istoriju i kulturu našeg naroda, zbog čega imaju veliki edukativni značaj za mlade posetioce. Turističko-geografski položaj i solidna saobraćajna povezanost sa ostalim delovima zemlje, čine pored kulturno-istorijskih spomenika, važan osnov za razvoj turizma uopšte, a izletničkog turizma posebno.

3.4 Planine – nacionalni prakovi

Ove planine, zbog svojih prirodnih karakteristika, nalaze se pod određenom zaštitom od degradacije, koju bi ljudi mogli izazvati. Pojedini delovi nacionalnih parkova su u funkciji turizma; služe za izletničke posete i održavanje raznih sportskih i kulturnih manifestacija. U ove planine spadaju: planina Miroč sa Đerdapskom klisurom, Durmitor, Kopaonik, Tara i Fruška Gora.

3.5 Zdravstveno-lečilišne planine

Ove planine se odlikuju povoljnim klimatskim karakteristikama koje su značajne za razvoj rekreativno-zdravstvenog turizma. Na njima se najčešće i razvijaju kapaciteti za pružanje usluga turistima koji su došli radi oporavka i lečenja. U ove planine se ubrajaju: Zlatibor, Jastrebac, Ozren, Zlatar i dr. Planine Ozren. Zlatibor i Zlatar stekle su određenu turističko-zdravstvenu afirmaciju i kod domaćeg stanovništva. Njihov značaj u inostranstvu gotovo je nepoznat. Razlozi za to su velika udaljenost od emitivnih centara, slaba saobraćajna povezanost i neizgrađenost turističke receptive po standardima stranih turista.

3.6 Planine lovišta

Ove planine, sa očuvanom i zaštićenom prirodom predstavljaju rezervate divljih životinja. One predstavljaju i poseban motiv za razvoj lovnog turizma. Lovni turizam je visoko profitabilna jer se, u proseku, ostvaruju visoki proходи. Ova vrsta turizma posebno je zanimljiva za nemačke turiste, jer je u Nemačkoj lov zabranjen zbog stroge zaštite životinjskog sveta. Razvoj lovnog turizma predstavlja jednu od šansi za privlačenje nemačkih turista. Lovni turizam je moguć na Staroj planini, Šar planini, Kučaju i u ravničarskim predelima Vojvodine. Lovni turizam treba da bude pod strogom kontrolom u cilju očuvanja fonda divljih životinja i njihove zaštite od istrebljenja. (Dr Stanković, M. Stevan (1983), Turizam u Jugoslaviji, Beograd, 1983.)

3.7 Planine memorijali

Ove planine nazvane su tako jer na njima postoje spomen-obeležja koja su podignuta poznatim ličnostima iz istorije ili su ti spomenici posvećeni nekim istorijskim datumima i događajima. U ove planine kod nas se ubrajaju: Avala, Kosmaj, Oplenac, Fruška Gora, Cer, Lovćen i dr. Njihov značaj je rekreativne i edukativne prirode.

3.8 Planine – sekundarna boravišta

Ove planine imaju rekreativnu vrednost u vreme izleta, bilo da su oni jednodnevni ili vikend-izleti. One se obično nalaze u neposrednoj blizini većih naseljenih mesta i ne mogu se tretirati kao turistička mesta. Najznačajnije naše izletničke planine su: Avala, Fruška Gora, Zlatibor, Kosmaj, Kopaonik i Durmitor. Za turističku valorizaciju planina u Srbiji i Crnoj Gori može se, u celini gledano, reći da nisu potpuno turistički valorizovane. Razlozi za to su mnogobrojni: politička i društveno-ekonomska situacija, slaba infrastruktura – saobraćajna i smeštajna i udaljenost od velikih gradskih centara. Ovi nedostaci posebno se ispoljavaju u broju posetilaca iz inostranstva, koji je isuviše mali. Planine koje imaju određenu turističku reputaciju i van naše zemlje su: Kopaonik i Zlatibor.

(S. Stanković, Turizam – zaštita i valorizacija, Beograd, 2003.)

4. Termomineralni izvori i banje

Veliki broj termo-mineralnih izvora i banja nalazi se u Srbiji. Jedina morska banja nalazi se u Igalu. Istovremeno, ona je i jedina banja koja ima značajnu reputaciju i van granica naše zemlje. Banje možemo podeliti prema lekovitim svojstvima vode. Na osnovu klasifikacije, koju je dao J. Romelić u svojoj knjizi “Turistička geografija”, izdanje 2001, imamo sledeću podelu.

Alkalnu vodu imaju banje:

- a) Bukovačka,
- b) Bogutovačka,
- c) Kanjiža,
- d) Sijarinska i dr.

U banje sa **alkalno-murijatičnim vodama** spadaju:

- a) Vrnjačka Banja,
- b) Banja Koviljača i
- c) MladenoVAčka banja.

Murijatične vode ima banja u Slankamenu. **Zemno-alkalnu vodu** ima izvor u Vrnjačkoj Banji i u Palanačkom Kiseljaku.

Murijatično-karbonatni izvori nalaze se u banjama Stari Bečej i Rusanda. Gvožddevite vode ima Vrnjačka Banja, Banja Koviljača, Bukovačka Banja i Sijarinska Banja.

Sumporovite vode nalaze se u Mataruškoj banji, u Banji Koviljači, Vrnjačkoj Banji, Kuršumlijskoj i Ribarskoj Banji.

Jodne banje imaju veliku količinu joda u vodi. Ove banje se nalaze u Slankamenu, Novom Sadu i kod Bezdana. **Radioaktivne vode** imaju banje: Niška i Pribojska.

Srbija ima veliki broj termo-mineralnih izvora. U takozvane **hladne izvore** spadaju sledeće banje: Vrnjačka Banja, Palanački Kiseljak, Mladenovačka banja i dr. **Banje sa hipotermalnim izvorima** nalaze se u Banji Koviljači, Sokobanji, Bukovičkoj Banji i dr. **Banje sa homeotermalnim vodama** su Vrnjačka, Ovčar, Niška i Brestovačka banja.

Iz navedenog pregleda banja i karakteristika vode koje poseduju, (koje je naveo dr. Romelić), možemo zaključiti da u Srbiji postoji veliko i izuzetno bogatstvo u termo-mineralnim izvorima, kao i veliki broj banja. Sve ovo predstavlja veliki turistički potencijal koji bi se mogao upotrebiti za razvoj zdravstvenog turizma, ne samo u nacionalnim, već i u internacionalnim razmerama.

Za dalji razvoj i modernizaciju banjskih mesta, treba iskoristiti iskustva iz nemačkih banja, koja će biti obrađena. Uz ponudu, koja se odnosi na domen zdravstveno-lečilišnog turizma, treba uvoditi i savremene programe koji su vezani za razne druge turističke sadržaje (wellnes – programe). Ovi programi podrazumevaju ponudu raznih vrsta kluturnih i zabavnih sadržaja. Dobre saobraćajne veze i kvalitetna infrastruktura, dobra opremljenost banjskih objekata, ekološka zaštita banjskih mesta i okoline banja (komunalna i interna higijena), uz dobru organizaciju rada i stručne kadrove, predstavljaju u budućnosti dobru osnovu za veći napredak zdravstvenog turizma u našoj zemlji. Veliki broj naših građana, koji žive u raznim zemljama širom sveta, predstavljaju (u značajnom broju) potencijalne korisnike usluga naših banja.

5. Jezera u Srbiji i Crnoj Gori značajna za turizam

Srbija i Crna Gora imaju nekoliko većih jezera koja se mogu značajnije turistički valorizovati. Mali broj jezera ima turističku atraktivnost. Većina jezera kojima raspolažemo ima lokalni značaj za turističko-rekreativne aktivnosti. U veća jezera ubrajamo Đerdapsko jezero, Skadarsko i Paličko jezero.

5.1. Đerdapsko jezero

Ovo jezero je najveće veštačko jezero u Srbiji i Crnoj Gori. Nastalo je pregrađivanjem vodenog toka Dunava prilikom izgradnje hidrocentrale na Đerdapu. Protočno Đerdapsko jezero ima dužinu od 135 do 265 km, a dužina varira u zavisnosti od vodostaja Dunava. U dolini Đerdapa nalazi se nekoliko antropogenih turističkih vrednosti, kao što je Golubovački grad, iskopine Lepenskog vira i nekoliko arheoloških nalazišta iz rimskog perioda. Jezero ima izletnički značaj, raspolaže sa nekoliko hotela, ali sa slabim turističkim sadržajima.



Trojan u prisustvu vojskovođa i arhitekta Apolodora prinosi žrtvu prilikom otvaranja mosta Pontes na Dunavu u Kostolu, scena sa Trojanskog stuba na Rimskom forumu u Rimu

5.2. Skadarsko jezero

Ovo jezero se nalazi u Crnoj Gori. Na njemu se nalazi granica između naše zemlje i Albanije. Skadarsko jezero je proglašeno za nacionalni park 1983. godine. Iz Skadarskog jezera ističe reka Bojana. Ovo jezero nema predispozicija za razvoj turizma. Smatra se značajnim rezervoarom slatke vode i prema planovima, koji bi u budućnosti trebali biti realizovani, korišćiće se za vodosnabdevanje područja koja oskudevaju u vodi.

5.3 Palićko jezero

Ovo jezero se nalazi u blizini mađarske granice, a u neposrednoj je blizini Subotice i Novog Sada. Jezero ima površinu od 5,76 km². Značaj jezera ogleda se u postojanju mineralnog mulja koji je i odredio karakter Palića kao banjskog mesta. Jezero ima komplementarne vrednosti, kao što su lekovito blato, blizina Subotice, a nalazi se i na međunarodnom putu koji vodi iz naše zemlje, preko Mađarske, dalje prema ostalim evropskim zemljama.

Palić ima kupališno-rekreativne i zdravstvene turističke funkcije, koje se kombinuju sa sportsko-manifestacionim turizmom.

Veći broj jezera, koja se nalaze na planinama, za sada nemaju veću turističku vrednost, zbog udaljenosti od emitivnih turističkih zona, slabe saobraćajne i smeštajne infrastrukture. (Dr Romelić, Jovan i Ćurčić Nevena, Turistička geografija Jugoslavije, Novi Sad, 2001.)

GLAVA 2

21.3. НОЋЕЊА ГОСТИЈУ ПО ВРСТАМА МЕСТА

GUEST NIGHTS BY TYPES OF DESTINATION

у хиљадама							thousands	
	Укупно <i>Total</i>	Главни административни центри <i>Main administrative centers</i>	Бањска места <i>Spa resorts</i>	Приморска места <i>Seaside resorts</i>	Планинска места <i>Mountain resorts</i>	Остала туристичка места <i>Other tourist resorts</i>	Остала места <i>Other resorts</i>	
УКУПНО - TOTAL								
1955	2 980	594	1 008	237	230	133	778	1955
1965	8 147	1 769	1 925	2 583	493	475	902	1965
1975	16 958	2 955	3 473	6 717	1 419	1 787	608	1975
1985	24 411	3 023	4 154	9 919	2 819	3 640	856	1985
1997	12 082	1 424	2 358	4 573	2 052	1 429	245	1997
1998	12 505	1 571	2 539	4 305	2 404	1 429	257	1998
1999 ¹⁾	7 502	1 028	1 840	1 705	1 546	1 194	189	1999 ¹⁾
2000 ¹⁾	10 873	1 486	2 510	2 724	2 149	1 763	241	2000 ¹⁾
2001 ¹⁾	11 207	1 449	2 225	3 662	2 176	1 510	185	2001 ¹⁾
2002 ¹⁾	10 896	1 523	2 153	3 445	2 169	1 410	196	2002 ¹⁾
ДОМАЋИ ГОСТИ - DOMESTIC GUESTS								
1955	2 805	468	1 004	223	227	126	758	1955
1965	6 844	1 282	1 915	2 012	470	370	795	1965
1975	13 328	2 039	3 456	4 535	1 393	1 399	506	1975
1985	19 530	2 171	4 127	6 637	2 718	3 141	735	1985
1997	11 038	1 076	2 243	4 171	2 025	1 299	224	1997
1998	11 514	1 220	2 448	3 947	2 357	1 314	228	1998
1999 ¹⁾	7 004	819	1 772	1 583	1 526	1 127	177	1999 ¹⁾
2000 ¹⁾	10 008	1 228	2 451	2 321	2 101	1 678	230	2000 ¹⁾
2001 ¹⁾	9 926	1 048	2 171	3 009	2 123	1 404	170	2001 ¹⁾
2002 ¹⁾	9 246	1 028	2 094	2 569	2 108	1 272	175	2002 ¹⁾
Из: Црне Горе	953	216	22.6	495	96.2	118	5.1	From: Montenegro
Србије	8 293	812	2 071	2 074	2 012	1 154	170	Serbia
СТРАНИ ГОСТИ - FOREIGN GUESTS								
1955	175	125	3.8	14.2	3.6	7.4	20.4	1955
1965	1 303	487	9.9	57.1	23.4	105	107	1965
1975	3 631	916	17.3	2 182	25.2	388	103	1975
1985	4 881	852	27.2	3 282	101	499	121	1985
1997	1 044	348	115	402	27.3	130	20.9	1997
1998	990	351	90.8	358	46.9	114	29.6	1998
1999 ¹⁾	498	210	68.0	122	19.9	66.9	11.7	1999 ¹⁾
2000 ¹⁾	865	259	58.9	403	47.8	85.1	11.2	2000 ¹⁾
2001 ¹⁾	1 281	401	53.7	653	52.9	105	15.1	2001 ¹⁾
2002 ¹⁾	1 650	495	58.9	876	61.0	138	21.2	2002 ¹⁾
Из: Аустрије	29.1	19.4	0.7	5.2	0.6	2.9	0.3	From: Austria
Белгије	16.6	4.5	0.4	10.1	0.8	0.6	0.2	Belgium
Босне и Херцеговине	244	33.0	29.7	145	15.7	19.5	1.8	Bosnia and Herzeg.
Бугарске	28.6	13.8	1.6	3.3	1.5	7.4	1.1	Bulgaria
Грчке	28.3	19.2	1.6	0.8	1.6	4.4	0.7	Greece
Данске	6.8	4.2	0.3	1.3	0.2	0.6	0.1	Denmark
Италије	60.1	35.9	0.9	8.3	1.2	10.7	3.1	Italy
Мађарске	34.6	11.7	0.7	11.3	2.1	8.4	0.4	Hungary
Немачке	154	38.3	1.8	101	1.4	10.2	1.2	Germany
Норвешке	32.7	3.7	0.2	28.1	0.1	0.6	0.0	Norway
Пољске	56.4	8.5	0.7	35.4	0.3	7.3	4.2	Poland
Македоније	83.5	26.0	6.3	33.8	6.5	9.6	1.2	Macedonia
Румуније	26.0	12.6	0.4	4.4	2.3	5.3	1.0	Romania
Руске Федерације	133	18.7	1.0	104	4.0	4.3	0.8	Russian Federation
Словачке	115	8.7	0.2	102	0.6	3.5	0.1	Slovakia
Словеније	79.2	38.7	1.1	29.6	2.5	6.1	1.3	Slovenia
Турке	10.3	5.4	0.4	0.4	0.3	3.1	0.7	Turkey
Велике Британије	32.8	25.3	0.6	4.0	1.0	1.9	0.1	United Kingdom
Финске	2.9	1.9	0.0	0.5	0.2	0.2	0.0	Finland
Француске	23.5	14.8	0.4	4.3	1.3	2.4	0.3	France
Холандије	19.8	8.4	0.2	8.7	0.7	1.5	0.2	Netherlands
Хрватске	60.1	21.9	1.6	26.1	1.7	8.3	0.5	Croatia
Чешке Републике	162	7.4	0.2	152	0.4	1.9	0.3	Czech Republic
Швајцарске	15.9	7.3	0.4	6.7	0.3	1.0	0.2	Switzerland
Шведске	12.4	6.5	0.3	4.1	0.3	1.0	0.1	Sweden
Осталих европских зем.	64.7	25.3	3.9	25.2	3.8	6.1	0.3	Other European count.
САД-а	47.3	37.2	1.1	5.5	0.8	2.5	0.2	USA
Канаде	8.2	4.8	0.3	2.1	0.2	0.6	0.2	Canada
Осталих ваневроп. зем.	61.8	31.4	2.1	13.0	8.6	6.3	0.4	Other non-Europ. count.

¹⁾ Без података за Косово и Метохију.

¹⁾ Without data for Kosovo and Metohia.

Izvor: Statistički godišnjak Srbije, 2003. godine

Noćenje gostiju po vrstama mesta

6. Reke u Srbiji i Crnoj Gori značajne za turizam

Reke predstavljaju, pored ostalog, značajne turističke vrednosti, zbog mogućnosti organizacije raznih vrsta rekreacije na njima (kupanje, veslanje, ribolov i dr.). Turističkom valorizacijom reka u našoj zemlji posebno se bavio S. Stanković. On turističke vrednosti reka deli na one koje egzistiraju kao samostalne i one koje su komplementarne turističke vrednosti. Najznačajnije naše reke su Dunav, Sava, Tisa, Drina i Morava. Samostalnu turističku vrednost imaju Dunav, Tisa, Sava, Drina i Tara.

6.1. Dunav

Dunav je međunarodna reka koja izvire u Nemačkoj, prolazi kroz veliki broj zemalja i uliva se u Crno more. Dunav je kanalom povezan sa Rajnom i Majnom, što je povećalo njegov značaj. Kroz našu zemlju prolazi u dužini od oko 587,3 km. Prema dr Romeliću, sa turističkog stanovišta, Dunav možemo podeliti na tri sektora:

- 1 – ravničarski, ili panonski,
- 2 – đerdapski,
- 3 – ravničarski, ili vlaškopontijski.

Za aspekta turističke valorizacije reke, Dunav ima razvijen rečni turizam i organizovan je prevoz turističkim brodovima iz Nemačke, preko Mađarske, Ru-



Ostaci severozapadnog ugla utvrđenjaq Pontes i pogled na stub Trojanovog mosta u Kostolu

munije i Bugarske dalje do Crnog mora. Ovo je značajno za nas, jer brodovi tokom prolaska kroz našu zemlju imaju stanice u Novom Sadu i Beogradu.

Nacionalni park Đerdap i arheološke iskopine u Lepenskom viru pogoduju razvoju izletničkog, seoskog i lovnog turizma. Manifestacije i sportska takmičenja predstavljaju povezivanje Srbije i Rumunije na planu veće turističke atraktivnosti ovog područja.

6.2 Tisa

Ova reka ima turistički značaj samo za mesta u njenom neposrednom okruženju. Zbog zagađenosti vode i neuređene obale ne predstavlja značajan turistički motiv u širim razmerama.

6.3 Sava

Reka Sava kroz Srbiju teče u dužini od 206,5 km. Kroz Srbiju njen tok ima sve odlike tipične ravničarske reke. Ona se kod Beograda uliva u Dunav. Njen tok kroz Srbiju nema veći turistički značaj, osim ostrva Ade Ciganlije, koje Beograđani koriste kao svoje omiljeno izletišta.

6.4 Drina

Reka Drina predstavlja granicu između Srbije i Bosne i Hercegovine. Zbog sadašnjeg svog graničnog položaja, izgubila je nekadašnju turističku vrednost. Reka Drina ima veoma čistu vodu, a pošto je i veoma brza reka, na njoj postoji



Petrovaradinska tvrđava na desnoj obali Dunava kod Novog Sada, pogled sa novosadske strane

mogućnost razvoja splavarenja, što predstavlja određenu turističku atrakciju. Na Drini su izgrađene hidroelektrane, a prilikom pregrađivanja reke stvorena su veštačka protočna jezera.

6.5 Tara

Reka Tara sa Biogradskom gorom i planinom Durmitorom predstavlja nacionalni park koji se nalazi pod zaštitom UNESCO-a. Vodeni sportovi, kao što je splavarenje i vožnja kajakom, daju specifičnu turističku atraktivnost čitavom ovom prostoru.

Sve reke Srbije i Crne Gore, ukupno gledano, nemaju veći turistički značaj na internacionalnom turističkom tržištu; jedino Dunav ima veći turistički značaj jer je njime moguća plovidba turističkih brodova do Crnog Mora.

7. Antropogene turističke vrednosti

Na osnovu podele, koju je izvršio S. Stanković, antropogene turističke vrednosti su:

- arheološke vrednosti,
- spomeničke vrednosti,
- umetničke,
- entografske i
- gradska naselja kao turističke vrednosti.

7.1. Arheološke turističke vrednosti

U ove turističke vrednosti spadaju arheološke iskopine iz najstarijih vremena ljudske civilizacije, koje pripadaju kamenom, bronzanom i gvozdenom dobu. Mnoga nalazišta iz kamenog doba nalaze se u Lepenskom viru kraj Dunava; u mestu Vinča (Vinčanska kultura); zatim u Sremskoj Mitrovici, u Banatu i Bačkoj.

Ovde spadaju i ostaci iz grčkog i rimskog perioda (gradovi i utvrđenja). U poznatije spada Sirmium u Sremskoj Mitrovici, Singidunum u Beogradu, Naisus u Nišu i dr. U antičko doba na teritoriji današnje Crne Gore osnovani su gradovi Budva, Bar, Risan i Kotor.

7.2. Spomeničke turističke vrednosti

Na osnovu klasifikacije koju je koristio J. Romelić, spomeničke turističke vrednosti predstavljene su po vremenu kada su nastale.

1 – Antički i ranovizantijski spomenici – U ovu grupu spomenika spadaju stari antički gradovi: Sirmium, Singidunum, Viminacium, Naisus, Ulpiana. Ovi antički spomenici predstavljaju turističku ponudu u okviru gradskog turizma.



Povelja kralja Stefana Dečanskog manastiru Dečan i iz 1330, ukrašeni početak prepisa (zastavica) na pergamentnom svitku

2 – Srednjevekovni spomenici – Veliki broj srednjevekovnih manastira i crkava su svedočanstvo o nekada izuzetno razvijenoj kulturi i privredi u srednjevekovnoj Srbiji. Spomenici se prema vremenu gradnje, mestu i stilu dele na spomenike koji su građeni u raškom, srpsko-vizantijskom i moravskom stilu.

Veliki broj manastira i crkava u Srbiji predstavljaju posebnu kulturnu vrednost. Među najpoznatije spadaju: manastir Studenica, Mileševa, Žiča. Posebnu vrednost predstavljaju manastiri Ras i Sopoćani, koji se ubrajaju u riznicu svetske baštine.

U srpsko-vizantijskom stilu građeni su manastir Gračanica i Pećka patrijaršija. Najpoznatiji spomenici građeni stilom moravske škole, su: crkva Lazarica, manastir Kalenić, Ljubostinja, Manasija, Ravanica i dr.

3 – Umetničke vrednosti kao turističke vrednosti – Ne navodeći posebno podelu, potrebno je ovde samo napomenuti da se kod nas održavaju velike teatralne turističke manifestacije kao što su: BITEF, BEMUS, MESAM, FEST i, u novije vreme, EXIT u Novom Sadu. Ove kulturno-umetničke manifestacije, imaju karakter i turističkih manifestacija i dosta dugu tradiciju, i u međunarodnim razmerama.



Dečani, manastirski kompleks sa južne strane

4 – Etnografske turističke vrednosti – Ove vrednosti imaju komplementaran značaj za turistička kretanja. U etnografske turističke vrednosti spadaju: muzički folklor, narodne nošnje i običaji, kulinarstvo i dr. Sve navedene etnografske turističke vrednosti utiču na kompletiranje turističkog sadržaja.

8. Gradovi Srbije i Crne Gore kao turističke vrednosti

Gradovi predstavljaju osnov za razvoj gradskog turizma sa mogućnostima razvoja kulturnog i kongresnog turizma. Prema ostvarenom turističkom prometu, gradovi se mogu podeliti na četiri grupe (V. Jovičić, Turistička geografija, Beograd, 1967.), i to:

8.1 Glavni gradovi republika i pokrajina

Ovde spada Beograd, Podgorica, Novi Sad i Priština. Navedeni gradovi su administrativno-upravni centri sa značajnim privrednim resursima. U navedenim gradovima postoji veliki broj muzeja, pozorišta, u kojima se održavaju i kulturno-umetničke manifestacije. Ovo su istovremeno i gradovi kongresnog turizma.

8.2 Gradovi na važnim saobraćajnicama

U ove gradove spadaju: Subotica, Novi Sad, Niš, Užice, Kraljevo. Ovi gradovi imaju važnost tranzitnih turističkih mesta; njih turisti posećuju u prolazu i zadržavaju se u njima vrlo kratko.

8.3 Gradovi koji poseduju posebnu turističku privlačnost

Ovakvi gradovi obično su glavni gradovi republika, jer poseduju razne kulturno-istorijske spomenike. U ovu grupu spadaju i primorska mesta, kao što su Budva, Tivat, Kotor i druga. Gradska naselja u Srbiji i Crnoj Gori imaju određenu turističku vrednost, kao značajni kulturni, privredni, umetnički i sajamski centri. Sa stanovišta nemačkih turista, gradovi kao što su Beograd, Novi Sad i Niš – zbog svog tranzitnog položaja i određenih kulturno-istorijskih spomenika i vrednosti – mogu biti interesantni, a posebno kao gradovi za kongresni turizam. Primorski gradovi imaju sadržaje koji mogu poslužiti u turističko-rekreativne svrhe, a uz to postoji i mogućnost turističke valorizacije njihovog kulturno-umetničkog blaga.



Novi Sad. Nikolajeva crkva

9. Objekti svetske baštine

Srbija i Crna Gora poseduju kulturne i prirodne vrednosti koje su proglašene za prirodna i kulturna dobra od najviše vrednosti za čovečanstvo (pod zaštitom su UNESCO-a). Na teritoriji naše zemlje za svetska kulturna i prirodna dobra, koja su stavljena pod zaštitu UNESCO-a, proglašeni su:

- Kotor sa okolinom (1979. godine),
- stari grad Ras i Sopoćani (1979. godine),
- Durmitor sa kanjonskom dolinom reke Tare (1980. godine),
- manastir Studenica (1986. god.).

Ova prirodna i kulturna dobra predstavljaju istovremeno i turistički kapital koj upotpunjuje turističku ponudu. Posebno se ovde ističe grad Kotor, koji turistima može ponuditi ne samo kupanje u moru i zabavu slične vrste, već i zanimljive kulturne sadržaje. Iako planina Durmitor nije dovoljno turistički valorizovana, ona će, zajedno sa kanjonom reke Tare, u budućnosti biti veliki turistički potencijal. (Dr Romelić J, Ćurčić Nevena, Turistička geografija Jugoslavije, Novi Sad, 2001.)

10. Materijalna baza kao osnova turizma Srbije i Crne Gore

Raspad Jugoslavije i građanski ratovi, uz međunarodne sankcije, doveli su do ogromnog pada životnog standarda stanovništva. Uz znatna razaranja, pri-



Novi Sad. Banska palata, nekadašnje sedište Dunavske banovine, sada Pokrajinska skupština i veće

metna je zapuštenost objekata za smeštaj i prijem turista, kao i nedovoljna izgrađenost saobraćajne infrastrukture – sve ovo uticalo je na nagli pad posete turista iz inostranstva. Poslednjih godina, uz pomoć međunarodne zajednice došlo je do osposobljavanja saobraćajne infrastrukture u našoj zemlji. Proces privatizacije društvenih preduzeća, hotela, restorana i sl. daje pretpostavke za polagani turistički oporavak. Aktiviranje međunarodnih putnih pravaca i gradnja novih turističkih objekata omogućiće razvoj turizma u Srbiji i Crnoj Gori.

Iskustva iz Nemačke i njihova primena treba da posluže kao dobra osnova za razvoj turizma po svetskim standardima. Posebnu pažnju treba posvetiti čuvanju prirodne sredine. Prilikom planiranja i izgradnje novih turističkih sadržaja treba voditi računa o svetskim trendovima u oblasti turističkih kretanja.

III

OPŠTI ASPEKTI TURISTIČKE REKREACIJE

1. Slobodno vreme i razvoj turističke rekreacije

Turistička putovanja predstavljaju rekreativne aktivnosti koje se obavljaju van mesta stalnog boravka, dužim od 24 časa. Turistička rekreacija obuhvata čitav niz aktivnosti:

1. želja za fizičkim i psihičkim odmorom
2. želja za razonodom i zabavom
3. željom za sticanjem znanja putem upoznavanja kulturnog i istorijskog nasleđa.
4. zdravstvenim razlozima (preventivna zdravstvena zaštita) uz korišćenje klimatskih i vazdušnih lečilišta i odmarališta
5. amaterskim sportskim takmičenjima
6. Kružna putovanja turista brodovima, koje se zadržavaju u određenim mestima i kraće od 24 časa. (Dr Živadin Jovičić, Osnovi turizma, Beograd, 1981.)

Uslovljena promena boravka sa željom za odmorom, razonodom, zabavom, sticanjem znanja i zdravstvenim razlozima mogu se tretirati kao **psihofizička rekreacija**, kao i učešće na sportskim takmičenjima amaterskog karaktera i i kulturno-umetničkim manifestacijama.

Turistička rekreacija u savremenom životu Nemaca ima veoma važan značaj. To se može zaključiti i na osnovu statističkih pokazatelja koji se odnose na broj turističkih putovanja u zemlji i inostranstvu, broju posetilaca u raznim turističkim centrima, i visina novčanih izdavanja.

Sa aspekta turističke rekreacije značajno je ukazati na primarne turističke potrebe: **kulturne** i **rekreativne**.

Obe navedene potrebe vrše osnovne rekreativne psiho-fizičke funkcije turista.

Danas su veoma raširena i rekreativna putovanja u Nemačkoj. Ovaj tip rekreativnih putovanja koja traju kraće od 24- časa nazivaju se izletnička putovanja.

Kulturna turistička putovanja predstavljaju jedan vid rekreacije, jer dovodi do psiho-fizičkog rasterećenja turista, koja se kroz kretanja i doživljavanja kulturnih sadržaja realizuju.

Izletnici ili ekskurzisti predstavljaju takodje jedan vid rekreativnih putovanja. Klasične turističke definicije o pojmu turista u mnogim zemljama ne svrstavaju u turističku rekreaciju.

Po broju i vrstama rekreativnih aktivnosti za vreme vikenda u Nemačkoj, i korišćenju smeštajnih kapaciteta, postoji potreba u ovom radu da se istakne društveno-ekonomski značaj.

Postoje i mnogobrojni izleti, kratka putovanja, kao što su školske ekskurzije koje pored kulturno-vaspitne imaju rekreativno-zdravstvenu funkciju.

Ova vrsta putovanja predstavlja i buduće korisnike turističko-rekreativnih putovanja.

Poslednjih godina u svetu a posebno u Nemačkoj postoje kratka turistčka putovanja. Ova putovanja se obavljaju u dužini od dva i više dana. Putovanja se obavljaju više puta godišnje, koristeći razne destinacije u zemlji ili u inostranstvu. Poseta zimskim turističkim centrima uključujući kulturna putovanja po svetu, letovanja na morskim plažama od 3 do 7 dana ili više prema želji.

Veći broj turističkih putovanja sa kraćim zadržavanjima ima važnu zdravstvenu rekreativnu funkciju.

Zbog intezivnog rada ljudi, postoji potreba korišćenje odmora iz nekoliko delova zbog oporavka organizma.

Na porast kratkih turističkih putovanja uticali su i jeftini avionski letovi u čije programe su se uključile i turističke agencije.

Kratka putovanja u svom programu uključuju turističke, kulturne i ostale vidove rekreativnih sadržaja, povezanom sa zdravstvenim i "estetskim turizmom".

Postoji čitav niz rekreativnih aktivnosti u Nemačkoj.

1.1. Uvod u teoriju

Potreba za slobodnim vremenom u industrijskim društvima, a posebno u nemačkom društvu, raste iz godine u godinu.

U celini uzevši, sve veći broj ljudi učestvuje u korišćenju slobodnog vremena kroz razne rekreativne aktivnosti, i to zahvaljujući:

- povećanju životnog standarda;
- skraćivanju radnog vremena;
- povećanju dužine životnog veka;
- povećanju plaćenih dana godišnjeg odmora;
- kvalitetu, kvantitetu i brzini razvoja saobraćajnih sredstava;
- opštem obrazovnom i kulturnom nivo stanovništva i dr.

Životna sredina u velikim gradovima i industrijskim zonama utiče kao dodatni motiv za turističku rekreaciju.

U faktore koji negativno utiču na razvoj rekreacije i turističke rekreacije, spadaju:

- privredna recesija i stagnacija;
- povećanje broja nezaposlenih;
- smanjenje porodičnih primanja;
- političke prilike (nestabilna politička situacija i terorizam);
- prirodne katastrofe;
- epidemije raznih bolesti (sida, ptičiji grip i dr.).

S obzirom na ogromno povećanje proizvodnje roba i usluga, ne samo u Evropi, Severnoj Americi, Australiji i istočnoj Aziji, već i u drugim državama sveta, što je dovelo do povećanja standarda, imao je pozitivne i negativne efekte u razvoj rekreacije.

Zbog naglog razvoja privrede u Kini i Indiji (najmnogoljudnijim državama sveta) doći će do novih masovnih potreba za turističkom rekreacijom na svetskom nivou.

Rekreacija je reč koja se svakodnevno upotrebljava u industrijskim i postindustrijskim društvima.

Kao predmet proučavanja, rekreacija se može naći u raznim naučnim disciplinama, kao što su: sociologija, medicina, psihologija i turistička geografija, ekonomija i dr.

Svaka od navedenih naučnih disciplina razmatra pojam rekreacije iz svog naučnog ugla kao jedan od osnovnih pojmova kod proučavanja turističkih kretanja. U Nemačkom jeziku, pored latinskog izraza upotrebljava se i nemački naziv (“Erholung”), kao osnovni pojam za izvođenje novih izraza i pojmova vezanih za rekreaciju i turističku rekreaciju.

U radu dr Živadina Jovičića “Teorijske osnove rekreacije”, Beograd, 1986, dato je šire objašnjenje pojma “rekreacija”: naglašava se njeno šire značenje od značenja pojma “odmor”:

- 1). odmor kao predah;
- 2). odmor kao pauza;
- 3). dnevni odmor;
- 4). godišnji odmor;
- 5.) aktivni odmor i dr.

Odmor se ovde tretira kao suprotnost pojmu “zamor”. Ova dva suprotna pojma čine uzročnopsledičnu vezu.

Ljudska individualna aktivnost ima i svoje psihofizičke granice, koje nakon intenzivnog zamaranja i stresa, dovode do psihosomatskih bolesti. Zato je odmor neophodan radi eliminisanja zamora.

Odmor se može izvesti u toku radnog vremena, posle radnog vremena u vidu nedeljnog, prazničkog i godišnjeg odmora.

U knjizi dr Živadina Jovičića *“Teorijske osnove rekreacije”*, rekreacija se definiše na sledeći način: *“Rekreacija je slobodnovremenska svrsishodna aktivnost u kojoj se ponovo uspostavlja ravnoteža u organizmu, poremećenom tokom radnog vremena ili uobičajenog angažovanja”*.

Iz navedenog se može zaključiti da je rekreacija potreba, i cilj, i aktivnost; ovo omogućava da se bliže odredi suština i karakter rekreacije.

Istorijski posmatrano radno vreme se menjalo po dužini u poslednjih sto godina. To se najbolje može videti u tabeli nemačkog sociologa Opašovskog, koju je napravio za period od 1950, 1970. i 1990. godine i uz nju prognozu za 2010. godinu. Ukupno godišnje radno vreme u 1950. godini iznosilo je 2300 časova, a prema datoj prognozi iznosiće 1320 časova, što pokazuje da će se za 60 godina radno vreme smanjiti za 1000 časova godišnje.

Šta će dovesti do povećanja slobodnog vremena? Sa sociološkog stanovišta veliko povećanje slobodnog vremena i produženje životnog veka izazvaće nove društvene promene koje će, posmatrano sa ovog aspekta rada, koji razmatra pitanja turizma i turističke rekreacije biti veoma značajane.

Prema ovoj studiji za 1990. godinu stanje radnog i slobodnog vremena bilo je sledeće: petodnevno radno vreme u iznosu od 38 časova u nedelji

Broj radnih dana u godini iznosio je 200, a broj slobodnih dana 165. Na osnovu analize broja radnih dana u nedelji i neradnih dana (godišnji odmori, praznici, nedelja kao neradni dan), u 2010. godini ovaj fond iznosiće 200 slobodnih dana prema 165 radnih dana i dovešće i po tom osnovu do povećanja slobodnog vremena. Broj radnih dana biće 4 a u sedmici sa 32 radna časa. Ovi podaci su jedan od najvažnijih indikatora za donošenje planova za razvoj turizma u celini i turističke rekreacije.

1.2. Istorijski razvoj turističke rekreacije

Rekreacija je prvi put kao pojam upotrebljena 1890. godine u SAD. Neke vrste rekreativnih aktivnosti datiraju još od najranijih istorijskih epoha. U Staroj Grčkoj održavala su se razna takmičenja u raznim sportskim disciplinama, zatim takmičenja u muzici i pozorišnim predstavama. Ova vrsta rekreacije bila je namenjena samo povlašćenoj klasi, nije važila za robove.

Treba napomenuti da su i prve olimpijske igre nastale u Staroj Grčkoj. U Starom Rimu bila su organizovana takođe razna takmičenja, kao na primer borba gladijatora sa divljim životinjama. Stari Rimljani su otkrili i zdravstvenu vrednost banja i termomineralnih izvora pa im je boravak u banji služio za zdravstvenu rekreaciju.

Mnoge naše i nemačke banje bile su poznate još za vreme Rimljana. U Srednjem veku rekreacija je upražnjavana za vreme proslava crkvenih praznika.

Savremena rekreacija postala je svakodnevna aktivnost čoveka. Nju čine razne forme fizičkih aktivnosti u kombinaciji sa psihološkim oblicima rekreacije i anti-stres programi, akupunktura, joga i ostale vrste meditacije. Danas rekreacija

ima i širi društveni karakter – karakter prestiža. Masovni mediji u turističkim i reklamnim porukama svakodnevno “bombarduju” ljude informacijama o medicinskom i estetskom značaju rekreacije.

Prema statističkim podacima Instituta za geografiju u Lajpcigu, broj plaćenih radnih dana je iznosio:

- 1950. godine 12 dana;
- 1970. godine je 21 dan;
- 1990. godine je 29 dana;
- 1997. godine je 30 dana.

Obavezno plaćenje godišnjeg odmora (koji se konstantno povećava) jedan je od faktora koji su uticali na masovna turistička kretanja.

Prema demografskim prognozama, ovaj trend će biti nastavljen i u narednom periodu.

Sa uvođenjem novih tehnologija u proizvodnju i daljim tehničkih inovacijama biće nastavljen pad udela fizičkog rada, istovremeno povećanje udela intelektualnog rada u svim oblastima privrede.

Navedeni trendovi u demografskoj strukturi (smanjenje nataliteta i produženje životnog veka građana), kao i smanjenje radnog vremena biće prisutni i na prostoru naše zemlju.

1.3 Životni modeli industrijskih društava

Životni modeli industrijskih društava, u koje spada i način života ljudi Savezne Republike Nemačke, imaju sledeće odlike:

1. porast slobodnog vremena zaposlenih,
2. industrijalizacija, kompjuerizacija i uvođenje novih tehnologija dovelo je do smanjenja fizičkog, a istovremeno do povećanja umnog rada,
3. skraćivanje radnog vremena, povećanje slobodnog vremena u toku godine,
4. razvoj velikih gradova i industrijskih regiona kao što su Rur, Sar i dr.,
5. izmenjena klima i mikro-klima, zagađivanje vode, tla i vazduha bili su važni faktori koji su usloveli razvoj rekreacije i turističke rekreacije.
6. razvoj svih vrsta saobraćaja doveo je do skraćivanja rastojanja i smanjenja utroška vremena do turističkih destinacija.
7. povećanje materjalnih prihoda i zdravstvenog i kulturnog standarda nemačkog društva.

1.4. Specifični aspekti slobodnog vremena

Na osnovu statističkih podataka radno vreme 1950. godine sastojalo se od 6 radnih dana u nedelji (48 časova nedeljno), što je iznosilo 290 radnih dana u godini.

2. Turizam

2.1 Pojam turizma

Turizam predstavlja fenomen našeg vremena, kako u nemačkoj tako u čitavom svetu. Turizam predstavlja jedno kompleksno polje naučnog proučavanja kojim se bave mnoge naučne grane. Karakteristične osobine turizma su:

- putovanje,
- turistička ponuda,
- turistička potražnja,
- opšta informacija,
- specijalne ekonomsko-naučna objašnjenja turizma, uključujući i primenu turističkog marketinga,

Nauka o turizmu bavi se uopšteno fenomenom privremene promene mesta boravka osoba u cilju oporavka i rekreacije. To znači, osobe napuštaju svoje uobičajno mesto stalnog boravka i provode izvesno vreme izvan mesta svoga stanovanja. Pri tome koriste sredstva prevoza na putu, a zadržavaju se na jednom ili više mesta.

Prema udaljenosti od mesta stanovanja (mesto, prostor), kao i prema trajanju odustvovanja (vreme) i razlogu putovanja (motiv), u turističkoj nauci razlikuju se vrste i forme putovanja.

Mesto, vreme i motiv predstavljaju tri konstruktivna elementa turizma (Frever, Walter, *Tourismus marketing*, izdanje Oldenburg, München, Wien, 2001.)

Pod pojmom turizam podrazumeva se “Tour”, dakle kružno putovanje, koje podrazumeva odlazak i povratak. U odnosu na ostale forme putovanja, turistička putovanja su najjednostavnija forma napuštanja mesta stanovanja i privremeni boravak u mestu godišnjeg odmora i turističke rekreacije a cilj putovanja pri kružnim putovanjima mogu biti jedno ili više mesta. Sa aspekta precizne određene dužine puta, govori se uopšteno o napuštanju stalnog mesta boravka.

Vreme – “privremeno” – važan je vremenski aspekt za turistička putovanja. Radi se o privremenom napuštanju stalnog mesta boravka. Uobičajni vremenski raspon može iznositi između jednog dana i jedne godine. Ova putovanja se obavljaju u vreme slobodnog vremena.

Putovanja u slobodnom vremenu mogu biti povezana sa različitim “slobodnim vremenima”. Najpoznatiji oblik su putovanja zaposlenih za vreme godišnjih odmora.

Putovanja bez prenoćišta smatraju se kao izletnička putovanja. Putovanja sa malim brojem prenoćišta definišu se kao kratka putovanja i razmatraju se marginalno u turističkoj privredi.

U poseban vid putovanja mogu se ubrojati i poslovna putovanja u toku radnog vremena. Ona nastaju na radnom mestu i nazivaju se – službena putovanja. Poslovna ili službena putovanja većinom su kratkog trajanja i često se obavljaju

bez prenoćišta, ili se noćenja obavljaju za vreme radnih dana ("Midweek-putovanja"). Samo u retkim slučajevima ovakva sužbena putovanja traju nekoliko nedelja, ili meseci.

Stalna promena mesta boravka, kao što su selidba, promena radnog mesta itd, nisu predmet turističke nauke.

Fenomen putovanja, kao što je prethodno naglašeno, postojao je i u antička vremena i u srednjem veku. O turizmu, kao obliku turističkih kretanja, počinje da se govori tek pred kraj 19.veka. Putovanja iz zadovoljstva u slobodnom vremenu bila su preteča razvoja turističke privrede.

Turizam poslednjih godina doživljava veoma brz razvoj gotovo u celom svetu, a posebno u SR Nemačkoj. Nemačka privreda ima karakteritike razvoja uslužnih delatnosti, u koje se ubraja i turistička privreda.

Građani Nemačke najveći su turistički putnici na svetu. Zbog toga Nemačka, pored emitivnog putovanja u inostranstvo, ima dobro razvijen i domaći turizam. Razvoj turizma u Nemačkoj može biti dobar pokazatelj o turističkim kreta-

Tabela – Radno vreme, broj dnevno, nedeljno i slobodno vremena

Radno i slobodno vreme	1950: 2'300 + 500; 1970: 1'900 + 400; 1999: 1'600 + 400; 2010: 1'320 + 340;
Obavezno radno vreme:	
Pregled radno i slobodnog vremena:	1950: 6 – Dani – Nedelja/48 sati -nedelja (sedmica) 279 radnih dana. Dani/86 slobodni dani (godišnji odmor, praznici, nedelja kao dan). 1970: 5 – Dani – Nedelja/sati-nedelja/238 radni dan Dani/127 slobodni dani (godišnji odmor, praznici, nedeljakao dan). 1990: 5 – Dani – Nedelja/38 sati nedelja kao sedmica/200 radnih dana. Dani/165 slobodni dani (godišnji odmor, praznici, nedelja kao dan). 2010 4 – Dani – Nedelja/32-sati-nedelja kao sedmica/165 radni dan. Dani/200 slobodni dani (godišnji odmor, praznici, nedelja kao dan)

Izvor: Opaschowski, H.W. (1966), Sie Zukunft des Sportes

njima, organizaciji i realizaciji turističkih putovanja, ne samo za našu zemlju, već i za ostale zemlje koje svoj turistički razvoj planiraju.

2.2 Definisane turizma

Turizam, kao društveno-ekonomska pojava je relativno mlada naučna disciplina koju nije precizno lako definisati. U pokušaju definisanja turizma postoje brojne definicije koje možemo podeliti na nekoliko, i to:

1. naučno-turističke,
2. naučno-privredne,
3. geografske,
4. statističke,
5. sociološke i dr.

Izvor: Mazi, Milan: Ekonomika turizma, Savremena administracija, Beograd, 1972.

Svi navedeni pokušaji definisanja turizma nisu dali potpunu definiciju turizma, zbog same njene složenosti. Definicija, koju su dala dva švajcarska naučnika, Hunziger, W. i Krapf, K.: Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrs, Hannover, 1969. godine, glasi: Turizam je skup odnosa i pojava nastalih prilikom putovanja i boravka stranaca u jednom mestu, ukoliko ovaj boravak ne znači stalno nastanjenje i ukoliko se ne vezuje za obavljanje privredne delatnosti.

Ova definicija je data preširoko, ali danas služi kao polazna definicija u pokušaju određivanja pojma turizma. Ovde se turizam definiše kao privremena promena mesta, pri čemu se definišu pojmovi: mesto, vreme i motiv putovanja. Turistička putovanja se, prema Freyer, Walter ("Tourismus-Marketing", München), Wien, Oldenburg, 2001) dele prema različitim kriterijumima, i to:

- prema udaljenosti: domaća, strana, evropska, prekookeanska i daleka putovanja;
- prema trajanju: dnevna, vikend, kratka, godišnji odmor i dugotrajna;
- prema sredstvima prevoza: biciklom, autom, autobusom, vozom, brodom, avionom;
- prema motivu: odmor, poslovno putovanje, obrazovno, sportsko, studijsko i banjsko;
- prema troškovima: jeftina i ekskluzivna.

U klasičnoj definiciji turizma postoji problem potpunog i šireg obuhvatanja turizma, kao složenog savremenog fenomena. Dinamičan razvoj turizma proširuje polje istraživanja turizma.

Mnoge vrste turističkih kretanja, koja ranije nisu bila proučavana sa aspekta turizma, danas ulaze u sastav turističkih kretanja. Neki novi vidovi turističkih kretanja navedeni su i u ovom radu. Teškoća u definisanju pojma turizma je i u tome što uzroci i motivi nisu privrednog karaktera. Turizam je i ekonomska kategorija, jer se u ovoj delatnosti ostvaruju značajni ekonomski efekti. Prema auto-

ru S. Markoviću i Z. (Ekonomika turizma, Zagreb, 1972) direktni uticaj turizma na privredu je:

- uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak;
- uticaj na razvoj privrednih delatnosti, koje sačinjavaju turističku privredu;
- uticaj na platni bilans zemlje;
- uticaj na zaposlenost stanovništva i nivo životnog standarda;
- uticaj na investicionu aktivnost i strukturu investicija;
- uticaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja.

Ove uopštene napomene značajne su za mnoge zemlje i regije koje imaju određeni turistički potencijal. Značaj razvoja turizma, kao privredne grane, veoma je veliki i to predstavlja jednu od mogućnosti razvoja naše zemlje.

Prema Hunzigeru i Krapfu, postoje funkcije turizma koje se mogu podeliti na: zdravstvenu, tehničku, kulturnu, socijalnu, političku i privrednu. Prema kasnijoj podeli istih autora, funkcije turizma mogu se podeliti na ekonomske i neekonomske.

Danas je u upotrebi definicija koju je prihvatila Svetska turistička organizacija (Izvor: WTO, 1993.) i glasi: “Turizam obuhvata aktivnosti osoba koje putuju u mesta izvan stalnog boravka i borave tamo zbog odmora, poslovno ili iz nekog drugog razloga, ali ne ostaju duže od jedne godine”.

U centru pažnje mnogobrojnih turističkih ponuda, pored višednevnih i višenedeljnih putovanja i poseta, sve više na značaju dobijaju izleti. Gore smo naveli samo neke definicije pojma turizam, koje su i najčešće u upotrebi. Druge definicije u ovom radu nećemo navoditi. Turizam je složena društvena i ekonomska pojava i u njegovom proučavanju treba koristiti znanja iz raznih naučnih oblasti: geografije i turističke geografije, ekonomije, sociologije, psihologije, statistike, antropologije, istorije umetnosti, medicine i dr. Na konferenciji u Rimu, održanoj 1963. godine pod pokroviteljstvom UN, usvojena je Konvencija u kojoj su obrađeni sledeći pojmovi.

1. Posetiocem se smatra svaka osoba koja boravi u zemlji, a da cilj njene posete nije zapošljavanje.

Posetiocem možemo podeliti na turiste i ekskurziste. Turisti su privremeni posetioci koji borave u zemlji koju su posetili duže od 24 časa i to radi:

- a) odmora, rekreacije, lečenja, sticanja znanja, sportskih i verskih razloga;
- b) poslovnih, familijarnih, javnih, društvenih i političkih razloga.

2. Ekskurzionist je definisan kao privremeni posetilac čija poseta traje kraće od 24 časa.

Prema navedenim kriterijumima vodi se i statistika koju je Svetska turistička organizacija (WTO) preporučila.

2.3 Turistički oblici i forme

Danas, u modernom turizmu pored putovanja u slobodno vreme iz zadovoljstva u širem smislu, takođe postoje i poslovna uslovljena putovanja, kao što su boravci u banjama i posete rođacima ili poznanicima.

Turizam je privremena promena mesta boravka, pri čemu je potrebno izvršiti diferenciranje pojmova u zavisnosti od udaljenosti (mesta), trajanja (vremena) i razloga, ili povoda (motiva) putovanja. Turistička putovanja se dele prema različitim kriterijumima:

- **prema udaljenosti:** domaća, strana, evropska i daleka putovanja;
- **prema trajanju:** dnevna, vikend, kratka i dugotrajna putovanja;
- **prema sredstvima prevoza:** biciklom, autom, autobusom, vozom, brodom i avionom;
- **prema motivu:** odmor, poslovno, obrazovno, sportsko, studijsko i banjsko putovanje;
- **prema prtljagu:** ruksak, kofer i akt-tašna;
- **prema troškovima:** jeftina i ekskluzivna putovanja.

U centru pažnje mnogobrojnih turističkih ponuda stoje višednevna ili višenedeljna putovanja za odmor u turističkim mestima. Putovanja bez prenoćišta, takozvani dnevni izleti, takođe su značajna za turističku ponudu, kao na primer, za turističke organizacije, restorane i ostale turističke objekte. Ipak se u većini turističkih istraživanja dnevni izleti marginalno posmatraju.

Razlikujemo sledeća turistička kretanja:

- rekreativna;
- kulturna;
- primorska;
- banjska;
- planinska;
- gradska;
- kongresna.

Prema vrsti prevoza:

- automobilski (autobuski), auto-karavanski;
- železnički;
- vodeni (rečni, jezerski i morski) i kružna putovanja;
- avionski (čarter i redovni).

Postoji i podela turističkih putovanja na:

- individualna;
- porodična;
- grupna;
- sportska;
- omladinska;
- specijalna (hendikepirani ljudi);
- domaća;

– međunarodna. (Freyer, W (2001), Marketing Tourismus, München/Wien/Oldenburg, 2001.)

2.4 Društveno ekonomski značaj turizma

Turizam i turistička rekreacija spadaju u važne delatnosti, koje pored turističke rekreacije, imaju i širi društveni značaj, i to u sledećim oblastima: političkoj, društvenoj i ekonomskoj.

Društveni značaj turizma u savremenim uslovima je velik i odnosi se, pre svega, na sferu kulture, obrazovanja i zdravlja. Sa razvojem turizma došlo je do otkrivanja i upoznavanja sa kulturom drugih naroda, otkriveni su razni krajevi i mesta u svetu. Mnogi kulturno-istorijski spomenici, muzeji i galerije doživeli su svoj preporod zahvaljujući turističkim kretanjima. Danas se često ova turistička kretanja i putovanja svrstavaju u domen kulturnog turizma.

Prilikom putovanja i razgledanja kulturno-istorijskih spomenika može se govoriti i o postojanju specifične turističke rekreacije. Promena mesta, izazvana putovanjem i razgledanjem, dovodi do psihofizičke rekreacije čoveka.

Turistička kulturna kretanja značajno su uticala na turističku valorizaciju kulturno-istorijskih spomenika. Kulturni turizam značajno utiče i na obrazovni nivo dece, omladine i odraslih. Indirektno, kroz obrazovanje koje se postiže kroz turistička kretanja, podiže se i svest o zdravstvenom značaju turističke rekreacije.

Društveni značaj ogleda se u kulturno vaspitnoj i zdravstvenoj funkciji.

2.5 Zdravstveni turizam

Zdravstveno-rekreativna funkcija turizma je jedan od osnovnih motiva turističkog kretanja. Zdravstveni turizam je najčvršće povezan sa rekreativnom funkcijom, uključujući i ostale funkcije, kao što su kulturno-vaspitna, politička i socijalna. Odmor i rekreacija su u funkciji zdravstvenog turizma. Stoga granicu između rekreativne i zdravstvene funkcije nije uvek lako odrediti.

2.6 Kulturno-vaspitna funkcija turizma

Putovanja i upoznavanje novih zemalja i kulturno-istorijskih spomenika, te prisustvovanje kulturno-umetničkim priredbama, posete muzejima i sl., utiču na podizanje kulturnog nivoa turista. Kao posledica turističke posete, mnoga kulturna dobra izašla su iz anonimnosti, dovela do restauracije starih zgrada, zamkova, crkava. Kulturni turizam je istovremeno osnova (u materijalnom smislu) da se sačuvaju i zaštite vredni spomenici i ostala kulturna dobra. Vaspitna funkcija turističkih kretanja postiže se prilikom upoznavanja sa kulturno-istorijskim spomenicima. Prisustvovanje sajmovima, seminarima i kongresima predstavlja jedan savremeni vid transfera znanja. Ova kretanja se po novoj metodologiji kao jedan vid turističkih kretanja.

2.7 Politički značaj turizma

Turistička kretanja imaju veliki politički značaj, jer kroz upoznavanje raznih naroda, njihovih običaja i navika dolazi i do zbližavanja među ljudima. Tu-

rizam je u ovoj oblasti važan, jer upoznavanje među ljudima spaja narode bez obzira na rasu, poreklo, religiju i dr.

Treća važna funkcija turizma, kao privredne grane, jeste u tome što turistička privreda – direktno ili indirektno – utiče na mnoge druge privredne grane. Među najvažnije treba ubrojati: uticaj na nacionalni dohodak stanovništva, zapošljavanje, razvoj saobraćaja, izgradnju turističke infrastrukture. Samim tim razvijaju se mnoge privredne grane: prehrambena industrija, građevinarstvo, trgovina, razne uslužne delatnosti i dr.

Turizam, kroz turističku rekreaciju, značajno utiče na poboljšanje zdravlja stanovnika jedne zemlje.

3. Teorijske osnove rekreacije

3.1 Pojam rekreacije

Rekreacija se može posmatrati kao socijalna, zdravstvena, turistička i ekonomska kategorija.

Pojam i značaj rekreacije najčešće se posmatra kao slobodna ljudska aktivnost u slobodnom vremenu, bilo da se odvija u toku rada, u mestu stalnog boravka, u neposrednoj blizini mesta stanovanja. U biološkom smislu rekreacija obuhvata spavanje, ishranu i odmor u cilju oporavka organizma.

Pod turističkom rekreacijom podrazumeva se rekreacija – turističko kretanje vezano za promenu sredine sa kvalitetno suprotnim karakteristikama od mesta stalnog boravka, koje deluju povoljno na psihofizički oporavak, duže od 24 časa.

3.2. Podela rekreacije

Ovako shvaćena rekreacija može biti različita po obliku, sadržaju, rekreacionim elementima i vremenu trajanja. Na osnovu ovih elemenata razlikujemo sledeće rekreativne oblike:

- osveženje,
- čulni oporavak
- i odmor.

Odmor može biti:

- dnevni,
- nedeljni,
- praznični, i
- godišnji. (Dr Jovičić, Ž. (1986), Teorijske osnove rekreacije, Beograd)

Potreba za rekreacijom uslovljena je savremenim procesom rada i načinom života. Sa razvojem industrije došlo je do automatizacije, kompjuterizacije, razvoja velikih gradova, stvaranja monotonije na radnom mestu, uključujući i ostale štetne faktore. U štetne faktore možemo svrstati buku na radnom mestu i u me-



*Odmor građana Berlina – oaza za odmor u
dane vikenda na jezeru Vanze (der Wannsee)*

Jedno od popularnih izletišta građana Berlina nalazi se na jezeru Vanze, oko kojeg ima puno zelenila, a voda jezera je veoma čista. Ovo jezero je najveće kupališno jezero Evrope jer se nalazi u blizini milionskog grada Berlina do kojeg se stiže lokalnim vozom za 20 minuta.

Na jezeru Vanze se, pored izletničkog, neguje i rezidencijalni turizam. Veliki broj bogatih građana Berlina ima svoje vile pored jezera. Ekskluzivnost jezeru daje i veliki broj umetnika koji se ovde okupljaju i dolaze. Ovo jezero postalo je ekskluzivno turističko mesto još 1874. godine. Dužina jezera je 1,5 km, a širina plaže je 80 metara. U dane vikenda u letnjem periodu na jezeru se okupi i do 40.000 kupača. Na jezeru postoji čitav niz restorana i ostalih rekreativnih sadržaja, kao što su šetnja brodićima, šetnja oko jezera, veslanje i dr. Jedan deo jezera spada u zaštićenu prirodnu zonu i služi kao rezervat ptica.

Jezero Van predstavlja poučan primer za valorizaciju u funkciji isletničkog turizma u kombinaciji sa rezidencijalnim boravkom, uz istovremenu zaštitu prirode.

stu stalnog boravka, prašinu, izduvne gasove, elektro-smog, smog, stres, mikro-radijacije i drugi.

Svi navedeni štetni faktori negativno utiču na psihofizičko zdravlje. Rekreacija je jedan od načina za psihofizički oporavak organizma. Sa aspekta turističke rekreacije važni su geografski faktori: oblik reljefa, vetrovi, vlažnost i temperatura vazduha, kao i topografski položaj. Za proučavanje turističke rekreacije značajne su i druge naučne discipline, kao što su: medicina, socijalna psihologija, ekonomija i dr.

3.3. Karakteristike turističke rekreacije

Naziv rekreacija potiče od latinskog porekla – “recreatio” i označava okreppljenje, osveženje, razonodu i ponovno stvaranje. Kako je to naveo dr Živadin Jovičić (Teorijske osnove o rekreaciji, Beograd, 1986), sam pojam rekreacije nije dovoljno istražen i precizno definisan. Rekreacijom se, u širem smislu, bavi više različitih disciplina, kao što su geografija, medicina, psihologija, nauka o fizičkoj kulturi, ekonomija i druge discipline.

Rekreacija se u raznim jezicima različito definiše. U Nemačkom jeziku naziva se “erholung”, a u francuskom jeziku srećemo značenje “loisir”. Pojam “loisir” je takođe neprecizan. U srpskom jeziku upotrebljava se reč rekreacija, koja ima latinsko poreklo i ona bliže označava odmor u širem smislu. Odmor, prema dr Jovičiću, može se podeliti na:

- odmor kao predah,
- odmor kao pauza i,
- aktivni odmor. (Dr Jovičić, Ž. (1986), Teorijske osnove rekreacije, Beograd)

Odmor je širi pojam od rekreacije. Rekreacija se može obavljati uz razne aktivnosti. Osnovna razlika između rekreacije i turističke rekreacije je samo u tome gde se ona odvija, tj. da li se odvija u mestu stalnog boravka, ili za vreme turističkog boravka (van mesta stalnog boravka), duže od 24 časa. I pored pokušaja da se pojam rekreacije u strogom smislu definiše, još uvek nauke koje se bave njenim defmisanjem nisu u tome uspele.

Rekreacija kao, savremena potreba čoveka, svakim danom dobija sve veću važnost u životu čoveka.

Proučavanje rekreacije predstavlja veoma važnu naučnu granu razumevanja i turizma, i turističke rekreacije u celini.

3.4 Elementi turističke rekreacije

Kao što se u knjizi dr Živadina Jovičića navodi, elementi rekreacije su aktivnost subjekta, kao aktivnog ucesnika u izvođenju rekreativnih aktivnosti, koji koriste rekreativne vrednosti sredine i objekta. Na osnovu ovoga, rekreacija se

može bliže odrediti kao element koga sačinjavaju: subjekt, mesto, vreme i sredstvo a kojim se izvodi rekreacija.

U rekreaciji se ličnost posmatra sa svojim biološkim i društvenim odrednicama kao individua.

Rekreacija je voljna radnja subjekta, koja zavisi od individualne potrebe i niza socijalnih faktora. Element svake rekreacije je mesto. Mesto rekreativnih aktivnosti može biti u mestu odmora, na radnom mestu i u slobodno vreme u mestu stalnog boravka, ili u neposrednoj okolini.

Radno vreme sa svojom dužinom, radnom aktivnošću i intenzivnim naprežanjem remeti psihofizičku ravnotežu, koja u kontinuitetu nepovoljno utiče na ukupan kvalitet života, bilo da se radi u radnom ili slobodnom vremenu.

Potreba za odmorom predstavlja nužnost kao protivteža zamoru.

Rekreacija koja se izvodi u turističkim centrima u toku godišnjeg odmora naziva se turistička rekreacija.

4. Faktori turističke rekreacije

Faktore rekreacije čine faktori radne i životne sredine, faktori slobodnog vremena i životnog standarda.

Faktori radne i životne sredine su inicijalni faktori rekreacije upšte, a istovremeno deluju na formiranje turističkih potreba. Faktori slobodnog vremena i životnog standarda pretpostavlja realizaciju rekreacije, bilo da se odvija u mestu stalnog boravka ili u turističkim mestima.

Na formiranje rekreativni aktivnosti u SR Nemačkoj dosta su uticali: slobodno vreme, visok životni standard kao i negativni uticaji faktora i radne i životne sredine. Pozitivno utiču: opšta kultura stanovništva, navike ljudi, tradicija, infrastruktura itd.

4.1 Patogeni faktori

Patogeni faktori su faktori životne sredine. U patogene faktore ubrajamo sve one negativne faktore koji pre svega nastaju u procesu rada. Intenziviranje radnog procesa, intelektualna napregnutost, koncentracija na radnom mestu i smanjena fizička aktivnost, čine negativne faktore koji nastaju u procesu rada.

U negativne faktore, koji su vezani za proces rada ulazi, i buka na radnom mestu, zagađenost vazduha, nedovoljna provetrenost prostora u kojem zaposleni borave, pušenje itd.

Spoljni patogeni faktori negativno utiču i na život ljudi i u mestima stalnog mesta boravka.

Degradacija prirodne i životne sredine u velikim gradovima, kao što su zagađenost vazduha, vode, ulična buka, povećana radioaktivnost, takođe štetno utiču na kvalitet života.

4.2. Stimulativni faktori

U stimulativne faktore spadaju visoki životni standard, visok stepen socijalne i zdravstvene zaštite, višak slobodnog vremena, kulturni nivo stanovništva, razvijena rekreativna infrastruktura itd.

SR Nemačka je zemlja u kojoj je proces industrijalizacije započeo još u 19. veku. Prošla je sve faze industrijskog i post industrijskog društva; izvršen je i veliki stepen urbanizacije, koja je, pored pozitivnih, donela i negativne posledice civilizaciji. Sa pojavom slobodnog vremena i plaćenih godišnjih odmora, uz potrebnu svest o rekreaciji i turističkoj rekreaciji, Nemačka predstavlja uzor mnogim zemljama kako se, uz očuvanje prirodne i životne sredine, kao i sa izradnjom rekreativnih sadržaja, mogu eliminisati negativni faktori koje sa sobom nosi industrijalizacija, urbanizacija i dr. SR Nemačka je nizom kompleksnih rešavanja uspeła je da poboljša kvalitet prirodne i životne sredine u sklopu širokih aktivnosti. Prema statističkim podacima Saveznog ministarstva zdravlja, danas zbog promena u načinu života i promena radnih uslova dolazi do sve veće prisutnosti raznih oboljenja, a pre svega oboljenja srca, krvnih sudova, disajnih organa, raka i dr.

Svi navedeni patogeni faktori su prisutni i na prostoru Srbije i Crne Gore, tako da sva iskustva na unapređenju životne i radne sredine i u razvoju rekreacije i turističke rekreacije mogu biti od izuzetne koristi

4.3 Međuslovljenost rada i turističke rekreacije

Na osnovu svega izloženog možemo izvući zaključak da postoji međuzavisnos između rada i rekreacije. Kao što smo istakli, organizam je u toku procesa rada ugrožen od navedenih patogenih faktora (zagađenost vazduha, zemlje, vode, negativni faktori urbanizacije, industrijalizacija; sa druge strane nalaze se patogeni faktori koji deluju u radnoj sredini: buka, neadekvatno osvetljenje, radijacija. Sve ovo stvara nužnost za suzbijanje štetnih faktora kroz razne vrste rekreativnih aktivnosti koji se mogu obavljati van radnog vremena, u mestu stalnog boravka, ili u bližoj ili daljoj okolini.

Rekreativna aktivnost dovodi do oporavka organizma kao protivteže zamoru; čini nužnu međuzavisnost između rada (umora) i odmora, pasivnog ili aktivnog.

5. Oblici turističke rekreacije

Rekreacija kao potreba savremenog čoveka, može se obavljati na različite načine. Osnovni cilj, kao što je naglašeno, jeste uspostavljanje psihofizičke ravnoteže u organizmu, koja je poremećena usled zagađene radne i životne sredine. Glavni kriterijum koji uslovljava različite oblike rekreacije, jeste pre svega, uticaj patogenih faktora.

Čovek je osnovni element rekreacije. Čovek, kao subjekt rekreacije, razlikuje se po starosnom uzrastu i intezitetu potrebe za rekreacijom.

Prema intenzitetu razlikujemo tri oblika rekreacije

- 1.) fiziološku,
- 2.) kondicionu,
- 3.) terapisku rekreaciju.

Prema starosnom dobu razlikujemo dečiju, omladinsku, rekreaciju radno aktivnog stanovništva i rekreaciju tećeg doba (seniori). Prema sociološkom kriterijumu razlikujemo:

- 1.) individualnu,
- 2.) porodičnu i,
- 3.) timsku rekreaciju.

Prema mestu zadovoljavanja rekreacije, razlikujemo četiri vrste: na radnom mestu, u mestu stalnog boravka, u posebnim rekreativnim centrima i u posebno određenim objektima na izletu.

Prema trajanju, rekreaciju možemo podeliti na:

- 1.) povremenu,
- 2.) ustaljenu,
- 3.) sistematsku rekreaciju.

Prema vrstama aktivnosti i korišćenju raznih sredstava možemo je podeliti na:

- 1) spotsku,
- 2) lukrativnu,
- 3) socio-kulturnu,
- 4) turističku i,
- 5) specijalnu. (Dr Jovičić, Ž. (1986), Teorijske osnove rekreacije, Beograd)

Prema faktoru organizovanosti možemo podeliti na smoinicijativnu i organizovanu rekreaciju.

Prema sezoni u kojoj se odvija, rekreaciju možemo podeliti na letnju i zimsku.

5.1. Fiziološka rekreacija

Čovek svakodnevno troši energiju, bilo da mu je potrebna prilikom rada, prilikom odmora, ili spavanja. Za ishranu orgnizma kod svakog čoveka postoje fiziološke potrebe radi unošenja neophodne hrane, vode, soli, minerala vitaminaradi normalnog funkcionisanja organizma. Fiziološka rekreacija spada među važne činioce rekreacije, jer omogućuju fizičku egzistenciju čoveka.

Fiziološka rekreacija je univerzalna potreba i ona nije vezana za nacionalnost, rasu ili veru.

Fiziološka rekreacija zavisi od organske i genetske konstitucije svakog organizma, potreba za ishranom, spavanjem i od radnih i životnih navika, zatim zavisi od profesije, klimatskih prilika, običaja, starosti i dr.

Kao što je poznato potreba za hranom je različita kod mlađeg u odnosu na stariji uzrast. Način rada između fizičkog i psihičkog takođe utiču na fiziološku rekreaciju.

Na psihičku rekreaciju utiče i socijalni život stanovništva.

5.2. Kondiciona rekreacija

Kondiciona rekreacija predstavlja važan oblik rekreacije savremenog čoveka u eliminisanju negativnih uticaja koji potiču iz njegovog životnog okruženja. Savremeni način života i rada uslovio je potrebu za rekreacijom. Kondiciona rekreacije potrebna je zbog uticaja mnogih faktora, pre svega bismo istakli porast svesti o zdravstvenoj funkciji rekreacije koja ima za cilj očuvanje zdravlja.

Kondiciona rekreacija može se izvoditi svakodnevno, pre, za vreme rada i posle rada. Jutarnje rekreativne aktivnosti (jutarnja gimnastika, trčanje, joga i druge vrste rekreacije) povoljno utiču na životne i radne sposobnosti ljudi. U mnogim razvijenim zemljama sveta postoje i razne vrste kondicionalnih vežbi u cilju psihofizičkog oporavka, koje se obavljaju u pauzama na radnom mestu. Ove kondicione vežbe imaju za cilj preventivno čuvanje zdravlja zaposlenih radi smanjenja bolovanja i odstupovanja sa radnog mesta. Pored navedene funkcije, ovim vežbanjem se postiže i veća produktivnost rada.

Kondiciona rekreacija može se obavljati svakodnevno, nedeljno i za vreme godišnjeg odmora. Upraznjavanje kondicione rekreacije u turističkim mestima spada u oblast turizma, odnosno turističke rekreacije. Savremeni način života ljudi diktira da su svi oblici rekreativnih aktivnosti potrebni i važan su način za sprečavanje bolesti moderne civilizacije (kardiovaskularna oboljenja, šećerna bolest i dr.). Bavljenje raznim sportskim aktivnostima u cilju očivanja zdravlja bilo je poznato još starim Grcima, čija poruka i danas ima svoju vrednost “ u zdravom telu je zdrav duh”. Bavljenje pojedinaca rekreacijom ne samo da je značajno za samog pojedinca, već i za društvo u celini.

U Nemačkoj sve vrste rekreativnih aktivnosti, a posebno kondiciona, nalaze se u centru pažnje društva u celini. Jedan od primera koji treba istaći je i taj da zdravstvene ustanove i osiguravajuća društva posebno stimulišu učesnike raznih rekreativnih aktivnosti. To se ogleda u smanjenju plaćanja zdravstvenog osiguranja pojedinaca. Postoji čitav niz besplatnih rekreativnih sadržaja i ponuda za građane Nemačke. Razne vrste stimulacije za bavljenje rekreacijom, donose velike finansijske uštede na nivou društva. Nemački primeri mogu se primeniti i u Srbiji i Crnoj Gori, a njihova primena bi za nas bila od velike koristi.

Značaj rekreacije u svakodnevnom životu potrebno je isticati kroz medije, kao i u zdravstvenim i školskim ustanovama. Posmatrano sa aspekta društva, rekreativne aktivnosti poboljšavaju ukupno zdravstveno stanje stanovništva, poboljšava se kvalitet življenja, utiče na dužinu života uz značajne ekonomske uštede. Za realizaciju kondicione rekreacije potrebno je izraditi strateške i operativne planove na nivou društva. Savremeni turistički centri u Nemačkoj poseduju čitav spektar raznih rekreativnih sadržaja koji predstavljaju osnov svake turističke ponude.

5.3. Terapijska rekreacija

Pod terapijskom rekreacijom podrazumevaju se medicinske mere u cilju telesnog, socijalnog, duševnog i psihičkog oporavka organizma. Terapijska rekreacija ima za cilj sprečavanje nastanka bolesti, odnosno oporavak potencijalnih bolesnika ili bolesnika koji završavaju akutni medicinski oporavak. U SR Nemačkoj gotovo 90% stanovnika je socijalno osigurano, a 10% ostalog stanovništva nalazi se u nadležnosti privatnog osiguranja.

Pod terapijskom rekreacijom podrazumeva se bolesnička gimnastika, ortopedska i radna terapija. Terapijskom rehabilitacijom, odnosno rekreacijom obuhvaćeni su srčani bolesnici, bolesnici sa za prelomom ekstremiteta, gimnastika kičme i ostalih delova tela, kao i rekreacija koja pomaže uključivanje u ponovni profesionalni život (oboleli od takozvanih profesionalnih bolesti). U Nemačkoj se

Težina u kg	50	60	70	80	100
Aerobik	350	375	400	500	560
Planinarenje	240	270	300	360	450
Golf	200	215	230	300	350
Kućni polsovi	100	125	150	180	230
	480	520	560	720	800
Trčanje 8 km/h	240	270	300	360	450
Trčanje 10 km/h	315	380	450	550	700
Trčanje 12 km/h	520	560	600	750	1050
Vožnja biciklom	220	260	300	360	450
Plivanje	240	270	300	360	450
Plivanje	550	600	650	950	1000
Seks - aktivno	230	250	270	350	450
Skijanje	380	415	450	550	700
Ples	200	215	230	300	380
Ples	150	175	200	240	300
Tenis	240	270	300	360	450
Penjanje stepenicama	350	375	400	530	610
Hodanje 4 km/h	140	155	170	210	320
Hodanja 7 km/h	270	290	310	410	520

Pregled broja kalorija koje se utroše na sat kod raznih vežbi

putevima kreće oko 60 miliona motornih vozila. I pored izuzetno dobrih auto-puteva, tehničke zaštite vozila, visokog stepena obučenosti vozača, još uvek je veliki gubitak ljudskih života, naročito dečijih. To ima za posledicu i veliki broj invalida.

Terapijski tretman i rehabilitaciono-rekreativni odnos prema pacijentima je na veoma visokom nivou, zahvaljujući visokoj stručnosti, dobroj organizaciji, savremenoj medicini i tehničkom napretku. U terapijsku rekreaciju uključen je veliki broj banja, sanatorijuma i mineralnih lečilišta, koja postoje širom Nemačke.

Puls - broj otkucaja u minuti

Hfmax	60 %	65 %	70 %	75 %	80 %	85 %	90 %
200	120	130	140	150	160	170	180
198	119	129	139	149	158	168	178
196	118	127	137	147	157	167	178
194	116	126	136	146	155	165	175
192	115	125	134	144	154	163	173
190	114	124	133	143	152	162	171
188	113	122	132	141	150	160	169
186	112	121	130	140	149	158	167
184	110	120	129	138	147	156	166
182	109	118	127	137	146	155	164
180	108	117	126	135	144	153	162
178	107	116	125	134	142	151	160
176	106	114	123	132	141	150	158
174	104	113	122	131	139	148	157
172	103	112	120	129	138	146	155
170	102	111	119	128	136	145	153
168	101	109	118	126	134	143	151
166	100	108	116	125	133	141	149
164	98	107	115	123	131	139	148
162	97	105	113	122	130	138	146
160	96	104	112	120	128	136	144
158	95	103	111	119	126	134	142
156	94	101	109	117	125	133	140
154	92	100	108	116	123	131	139
152	91	99	106	114	122	129	131
150	90	98	105	113	120	128	135

Puls - broj otkucaja u minuti

Tabela označava broj otkucaja u minuti kod rekreativnih aktivnosti

Pored ostalog ovi rekreativni centri i banje vezani su za određene prirodne atribute, u kojima i mikroklima prostora igra određenu ulogu. Bio-klima deluje povoljno na organizam čoveka kroz niz njenih svojstava i to:

1. termičko delovanje (povoljna temperatura vazduha bez naglih oscilacija),
2. zračenje ultravioletnih zraka,
3. hemijski uticaj zraka (prisustvo raznih minerala).

Sa aspekta terapijske rekreacije, treba posebno istaći klimu koja vlada na obalama Severnog i Baltičkog mora. Klima je blaga, bez prisustva smoga i ostalih štetnih agenasa. Pravac strujanja vazduha sa mora na kopno ima pozitivne zdravstvene karakteristike za lečenje bronhitisa, astme, srčanih oboljenja, dijabetesa, reume i raznih kožnih oboljenja.

Umereno-kontinentalna klima središnjih delova Nemačke, takođe blagotvorno deluje na rehabilitaciju obolelih od bronhitisa, astme, srčanih oboljenja, smetnji u krvotoku, reume i kožnih oboljenja.

Bio-klimatski faktor ovog područja odlikuju se povećanom insolacijom, povećanim zračenjem ultravioletnih zraka, povećanim procentom ozona, smanjenom vlažnošću vazduha i zagađenošću vazduha.

U području visokih planina i Alpa koncentrisan je veliki broj sanatorijuma i lečilišta, uključujući i razne vrste turističko-rekreativnih oblika. Lekovitost ove klima ogleda se u lečenju i rehabilitaciji bolesnika od astme, srčanih oboljenja, od bolesti krvotoka, krvi, dijabetesa, tuberkuloze i kožnih oboljenja.

U nepovoljne klimatske tipove spadaju prostori iznad velikih industrijskih gradova. Kao tipični negativni primeri mogu se uzeti gradovi u Rurskoj i Sarskoj oblasti, kao i drugi veći industrijski gradovi u Nemačkoj. Na nivou Nemačke donet je niz zakonskih propisa, koji regulišu problem zaštite životne sredine.

U specifične bioklimatske elemente treba uvrstiti topli vetar "fen", koji duva sa Alpa. Njegov uticaj se naročito oseća u švajcarskom kantonu oko Ciriha, a na području Nemačke; oseća se u široj okolini Bodenskog jezera. Reakcije organizma na "fen" su nepovoljne, jer izaziva lupanje srca, glavobolju, pritisak krvi, stvara depresiju i apatiju i gubljenje volje.

5.4. Socio-kulturna

Socio kulturna rekreacija obuhvata čitav niz raznovrstih aktivnost kao što su čitanje, slušanje muzike, filma i televizije, razne pozorišne i sportske priredbe, razne folklorne manifestacije, karnevali itd.

Ova vrsta rekreacije može se podeliti na više vrsta i one se zajedničkim imenom nazivaju "EVENT" odnosno "EVENT – rekreacija", jedan deo socio-kulturne rekreacije. U Nemačkoj literaturi naziva se "kulturni turizma" (Kulturtourismus).

Socio-kulturna rekreacija od sedamdesetih godina prošlog veka ima nagli porast poseta. Naročito je prisutan kulturni turizam za vreme posete gradskim

centrima, zatim kulturno – istorijskim znamenitostima. Tome pripadaju mnoge folklorne manifestacije, pozorišne priredbe, izložbe iz umentosti, prisustvo vinskih svečanostima, običajima. Tome pripadaju posete crkvama, zamkovima, muzejima, galerijama i td.

Kulturni turizam kao jedna od vrsta socio-kulturne rekreacije može se dalje nazvati umetnički turizam, muzejski turizam, turizam posete zamkovima, literalni tunzam, industiski turizam, seoski turizam, festivalski turizam, gradski turizam, vinski turizam, etno-turizam i socio-kulturni turizam.

Socio-kulturna rekreacija odvija se kroz razne posete sportskim priredbama, interesantnim predavanjima kao i posmatranjem raznih televizijskih predstava. Poseta spotrskim utakmicama bez aktivnog fizičkog učešća predstavljaju zadovoljstvo i psihološko opuštanje kao jednoj formi rekreacije.

Najčešće spada u pasivne oblike rekreacije ali se sve više primenjuje kombinovana, aktivna sportska sa pasivnom, odnosno kulturnom rekreacijom.

Kombinovanje ova dva oblika rekreacije u turističkim centrima predstavlja savremen oblik turističke ponude u Nemačkoj.

Kao što smo ranije napomenuli odmor i opuštanje pretpostavljaju jedan oblik zabave.

Kulmrni turizam predstavlja važan faktor aktiviranja starih kulturnoistorijskih zgrada, zamkova, crkava i dr. Kroz turističku posetu utiču na aktiviranje navedenih objekata.

5.5. Lukrativna

U cilju zadovoljavanja potreba stanovnika Savezne Republike Nemačke za rekreacijom i u njenoj realizaciji uključen je veliki broj raznih proizvođača roba i sportske opreme. Dovoljno je napomenuti neke od njih kao na primer” Puma “, “Adidas”, “Ketler” i niz drugih. Mnoge proizvodne grane koje su u funkciji razvoja rekreacije kao i proizvodi koji služe estetskim sadržajima predstavljaju značajnu privrednu delatnost u Nemačkoj.

Mnoge privredne organizacije svakodnevno na tržište izbacuju veliki broj novih proizvoda koji su u direktnoj i indirektoj vezi sa potrebama turističke rekreacije. Tome treba dodati i mnoge druge grane metalne industrije (proizvodnja čamaca, jahti, jedrilica, sportskog vazduhoplovstva, pribora za jahanje, veslanje, tenisa, golfa i plivanje itd.). U zadovoljavanju potreba turista uključeni su i mnogi proizvođači medicinske opreme, farmaceutska industrija, kozmetička industrija i dr.

Uloga savremenih medija, razne šou i promotivne emisije takođe imaju funkciju nametanja određenih životnih modela.

5.6. Specijalni oblici rekreacije

Estetski turizam

U poslednjih desetak godina sve više raste interesovanje za razne rekreativne aktivnosti čiji je glavni motiv vežbanje i korišćenje estetskih programa u cilju poboljšanja lepote i zdravlja.

Uz razne rekreativne programe i estetske tretmane, milioni stanovnika u Nemačkoj, a posebno mladih, koristi razne pogodnosti putovanja radi poboljšanja vlastitog izgleda i zdravlja. Postoje razni savremeni programi, kao što je velnes (ova reč nastala je od dve reči "Well - Being" i "fitness", što se adekvatno ne može prevesti na naš jezik). Sam pojam se odnosi na brigu o zdravlju koja je povezana sa estetskim izgledom. Kultura vitkog tela postala je danas modni hit u svetu. Retko se mogu naći hoteli i banjski objekti gde u program nije uključen i "Velnese program".

Na naglu popularnost "Velnese programa" odredili su i životni uslovi stanovnika Nemačke. Svakodnevna napetost, stres i drugi negativni faktori dodatno su uticali na potrebu za ovom vrstom psihofizičke rekreacije. Turistička privreda prepoznala je ovaj savremeni vid psihofizičke rekreacije. Velnese program uključuje čitav niz različitih programa i procedura. Jedan od tih programa je i korišćenje saune.

Upotreba saune potiče iz Finske. U raznim vidovima korišćena je i mnogo ranije, kod pojedinih azijskih naroda. Saune su posebne drvene kabine u koje se pušta zagrejan vazduh temperature od 85-100° C. Prilikom boravka u sauni dolazi do znojenja, pri čemu se organizam čisti od štetnih materija koje su se u njemu nakupile. Korišćenje saune dovodi i do psihičkog opuštanja i osećanja prijatnosti. U Nemačkoj se danas koriste razne vrste sauna, kao što je npr. klasična sauna, infra-crvena sauna, kristal-sauna i dr.

Prva sauna u Nemačkoj izgrađena je 1949. godine, da bi broj sauna u 2004. godini iznosio preko 5.000 (pri tome, one se često kombinuju sa bazenima). Većina hotela u turističkim mestima poseduje saune. Posedovanje privatne saune predstavlja modni prestiž u nemačkom društvu. Prema statističkim podacima, u 2004. godini 1,1 milion Nemaca imao je svoju vlastitu saunu. Prema istim podacima oko 26 miliona Nemaca posećivalo je saunu. Uz korišćenje saune istovremeno se kombinuje i kupanje u specijalnim bazenima korišćenje raznih ulja i lekovitih aromatičnih trava.

Pod "Velnese programom" podrazumevaju se i fitnes centri (fitness-studija), čiji broj danas iznosi oko 6.000 uključujući tu i specijalne akva-bazene predviđene za zabavno-rekreativne aktivnosti na vodi. Fitnes-programi imaju mnoštvo varijanti, ali sve imaju za cilj jedno - rekreaciju u službi zdravlja i lepote.

U Nemačkoj su u modi i razne vrste kupatila, kao što su: klasična, rimska, antička, arapska, turska, azijska, japanska, ruska i dr. Uz programe saune koriste se i solarijumi, gde se uz korišćenje veštačkog svetla postiže preplanulost kože, sinonim savremene lepote. Solarijumi su u funkciji estetskog turizma i koriste se uz masažu i ostale kozmetičke tretmane.



Termalno kupatilo Aulendorf

Pored navedenih rekreativnih tretmana, postoji i niz drugih programa kao što su joga, aroma-terapija, ajurveda i dr. Sa razvojem i podizanjem popularnosti estetskog turizma došlo je do promena u pristupu i ponudi u turističkim centrima i hotelima. Razvoj estetskog turizma doveo je do razvoja i povećanja proizvodnje raznih kozmetičkih preparata, sportskih pomagala i sprava za vežbanje, specijalne opreme i sl.

Nemačka privreda ostvaruje velike prihode od razvoja estetskog turizma. Treba posebno naglasiti zdravstveni značaj ovih vrsta usluga. U planiranju i realizaciji turističke ponude mora i kod nas biti uključena ova vrsta ponude, tačnije, ova vrsta ponude bi trebala da se nađe u centru pažnje svih onih turističkih centara koji se ozbiljno bave turizmom i računaju na napredak u toj oblasti.

5.7. Tipovi rekreacije hendikepiranih lica

Ovaj vid rekreacije koja se odnose na hendikepirana lica, šire su obrađena u poglavlju “specijalni oblici rekreacije – turizam za hendikepirana lica“.

Hendikepirana lica možemo podeliti na grupu koja nije uključena u bilo koji vid proizvodnih aktivnosti, zbog prirode svog invaliditeta.

Postoji druga grupa hendikepiranih lica koja je delimično uključena u radne procese prema njihovim psihofizičkim sposobnostima. Zahvaljujući socijalnoj politici i zdravstvenim službama koja pored ostalog ima za cilj da delimično sposobne ljude uključe u proces rada, pokazao je dosta veliki uspeh. U tu svrhu ova kategorija stanovništva uključena je u rekreativne aktivnosti i prilikom rada. Rekreacija za vreme korišćenja godišnjih odmora već je u prethodno navedenom radu delimično obrađena.

Za ovu kategoriju stanovnika rekreacija se izvodi pod stručnim nadzorom, bilo da se izvodi u mestu stanovanja ili u specijalno namenjenim turističkim centrima. Rekreacija za ovu kategoriju stanovnika može se obavljati individualno ili timski.

Turizam za hendikepirana lica

Za ovu vrstu populacije turistička privreda se poslednjih godina veoma zainteresovala. Statistički podaci iz 1995 godine pokazuju da u Nemačkoj živi oko 6,5 miliona hendikepiranih osoba; od tog broja 3,5 miliona odnosi se na muškarce a ostatak od 3 miliona na žene.

U Evropi je registrovano oko 30 miliona hendikepiranih osoba što od ukupnog broja od 342 miliona predstavlja blizu 9% celokupnog evropskog stanovništva.

Sa aspekta turističke privrede i turističke rekreacije ovo predstavlja značajan tržišni segment.

Samo na osnovu telefonskih informacija aerodroma u Frankfurtu, u avgustu 1996. godine bilo je 91.291 putnika u invalidskim kolicima a, avgustu 1998. godine oko 63.277 putnika.

Prema podacima turističke kompanije TUI, broj rezervacija iznosio je u 1996. godini 12.100, a u 1997. godini taj broj je porastao na 13.000. Prema podacima Nemačkog ministarstva zdravlja, saobraćaja i privredu, iznosi se podatak da je 1997. godine 2,5 miliona hendikepiranih osoba koristilo godišnji odmor.

Potrošnja na turističkim putovanjima ove kategorije stanovništva iznosila je: za smeštaj, ishranu, prevoz i turističku rekreaciju, potrošeno je 3,5 milijardi DM.

Na kratke izlete hendikepiranih osoba u navedenom periodu potrošnja je iznosila oko 600 miliona DM.

I pored skeptičnog pristupa ovoj populaciji Turistički savez Nemačke ponudio je u Udruženje hendikepiranih lica (A B S Stutgard) brošuru za hendikepirana lica godine 1996. godine u tiražu od 5000 primeraka. Interesovanje je bilo veoma veliko da je turističko naselje "Das Starnberger Füntseen-land" počeo je da gradi posebne staze za ljude u kolicima.

Ovom primeru treba dodati i dogovor između turističkog centra "Das Franckische Seeland" i turističkog udruženja za hendikepirana lica – A B S – 1994. godine. Izgrađeno je naselje (Ferienwohnungen). Ova izgradnja praćena je sa velikom medijskom pažnjom. Značaj ove izgradnje bio je i prezentiran i na Internacionalnom sajmu "CARAVAN&MOTOR UND TURISTIK", Udruženje A B S hendikepiranih lica iz Štutgarda i Saveza za samopomoć hendikepiranih osoba A B S "BUNDESVERBAND SELBSTHILFE KORPERBEHINDERTER – BSK". Posle ovog sajamskog nastupa dobijeni su novi gosti.

Treba istaći i još jedan primer mesta Der Pfaffenvinkel je u Bavarskim Alpima, 50 km južno od Minhena. Ovo mesto okupilo je 27 turističkih opština u cilju prihvatanja hendikepiranih osoba. Turistička ciljna grupa su:

- Porodice sa decom.
- Letovanje na selu – seoski turizam.
- Turisti zainteresovani za kulturu.
- Izletnici.
- Bicikl-turisti.

Ovo udruženje se dogovorilo 1997 godine za uključivanje i hendikepiranih lica u svoje turističke centre. Već sledeće godine ovo udružanje je ostvarilo oko 1 milion noćenja.

Ovaj angažman nije osnovan samo iz socijalnih već i ekonomskih razloga.

Nemačka iskustva i turistički značaj hendikepiranih osoba za našu zemlju

Iako ne postoje pouzdani statistički podaci hendikepiranih osoba na teritoriji Srbije i Crne Gore kako po broju, tako i po vrsti i težini hendikepiranosti. Iz navedenih iskustava koja se primenjuju u Nemačkoj, može se zaključiti da ovaj vid turističke rekreacije ima značajne preduslove za razvoj. Problemi leže u nedefinisanim državnim granicama, nepreciznim statističkim podacima i slaboj ma-

terjalnoj situaciji kao i nedostatku turističkih objekata za ovu kategoriju stanovništva.

Iz navedenih Nemačkih iskustava ova vrsta populacije može biti veoma značajna kao potencijalni korisnici raznih vrsta turističko-rekreativnih centara, banjskih i vazdužnih odmarališta (Zlatibor, Igalo, Vrnjačka banja). Pored turističkih objekata namenjeni ovoj vrsti turista potrebna je neophodna infrastrukturu kako u saobraćaju tako i u prihvatanju hendikepiranih turista.

6. Oblici turističke rekreacije prema starosnom dobu

6.1 Deca i omladina (omladinski turizam)

Veoma značajnu ulogu u turističkim kretanjima predstavlja omladina u Nemačkoj. Značaj turističkih kretanja za omladinu predstavlja veoma važnu zdravstvenu i socijalno-kulturnu funkciju kao i za porodice sa decom. Omladinski turizam u Nemačkoj ima dugu tradiciju.

U Nemačkom priručniku koji je izašao u 394 hiljade primeraka godine 2002. pod nazivom "Jugendherbergen-2002" po svom tiražu spada u "bestseller" ovaj priručnik za omladinu dao je prikaz oko 600 omladinskih hotela u Saveznoj Republici Nemačkoj.

Na inicijativu 14 pokrajinskih udruženja u cilju popularisanju ovog tipa turističkog putovanja ovaj se priručnik deli besplatno.

Osim za omladinu, ovaj priručnik je namenjen i roditeljima sa malom decom, jer su smeštaj i ishrana u omladinskim hotlima i kampovima podešeni i njima.

Omladinski centri su tesno povezani sa udruženjima za zaštitu prirodne sredine. Ovi centri pored upoznavanja predela, ljudi, turističke rekreacije, i imaju edukativni značaj. Ova vrsta putovanja može biti individualna ili grupna. Grupna putovanja organizuju se u vidu školskih ekskurzija, raznih vrsta seminara, gde se pored teoriskih stiču i praktična znanja iz raznih oblasti.

Ovi omladinski centri postali su poznati i van granica Nemačke, kao kulturno-informativno sastajalište omladine iz celog sveta. Programi koji su namenjeni mladima iz čitavog sveta imaju za cilj upoznavanja kulturno istorijskih spomenika na teritoriji Nemačke iz raznih istorijskih epoha kao i savremenih arhitektonskih ostvarenja. Pored sportskog i kulturnog sadržaja održavaju se i određena predavanja iz raznih oblasti društvenog života, kao na primer: prava mladih, značaj ekologije, zdrava ishrana, savlađivanje stresa i drugih sadržaja.

Prema statističkim podacima u svetu ima registrovanih preko 4000 omladinskih turističkih centara, raspoređenih u 60 zemalja sveta; od tog broja nalazi se 600 omladinskih centara u samoj Nemačkoj.

Ovi omladinski centri (hoteli) veoma su privlačni za mlade, jer pored povoljnih cena usluga dobijaju i raznovrstan turističko – rekreativni sadržaj koji uz to prati izuzetna organizacija i gostoljubivost.

Ovi centri ili hoteli smešteni su pored atraktivnih prirodnih motiva, veoma lepih predela na planinama, pored jezera i na moru. Mnogi omladinski centri nalaze se i u gradovima i metropolama i služe za bolje upoznavanja kulturno-istorijskih sadržaja.

U veoma obimnom informativnom materijalu nalaze se sve potrebne informacije kao što su: o mestu, položaju, klimi, saobraćajnim pravcima, kao i mogućnostima korišćenja saobraćajnih sredstava, ceni, vrsti i kapacitetu sportsko – turističkih sadržaja i o mogućnosti korišćenja drugih antropogenih turističkih motiva.

Naročito se ističe bogat sadržaj boravka, razna predavanja, upotreba savremenih tehničkih pomagala (telefona, interneta i dr.). Održavanje muzičkih, pozorišnih predstava i slikarskih izložbi predstavlja značajnu komponentu za razvijanje kulturnih funkcija rekreacije.

Sve vrste sportsko – rekreativnih aktivnosti nalaze se u programima ovih hotela za mlade (pešačenje, planinarenje, plivanje, skijanje na vodi i mnogi drugi).

Za porodični odmor veoma značajnu ulogu imaju i omladinski centri u Nemačkoj.

Pored zdravstvene i socijalne funkcije ovde je značajna i ekonomska funkcija odmora, odnosno turističke rekreacije, kao i niske cene boravka; što prestavlja značajnu stimulaciju za porodični turizam.

Omladinski domovi i hoteli i pored niskih cena, usluga, dobrom posetom i organizacijom, racionalnim poslovanjem predstavljaju i značajan ekonomski faktor.

U posebnu vrstu porodičnog turizma (familije sa decom) treba istaći i omladinske centre namenjene hendikepiranim osobama (gluvonemim, slepim, kao i sa psihičkim i fizički oštećenjima), bilo da dolaze pojedinačno ili grupno. U ovu vrstu odmora mogu biti uključeni i članovi porodice kao jedna vrsta alternativnih formi turističkog boravka. Sama izgradnja omladinskih turističkih objekata za navedenu populaciju i sva potrebna infrastruktura kao i specijalni programi, uključujući i specijalna prevozna sredstva namenjena hendikepiranoj omladini.

Treba istaći značaj da omladinska međunarodna putovanja imaju i širi značaj jer služi bolje upoznavanja mladih i čitavog sveta. Kosmopolitizam i internacionalizam igraju jednu od značajnih uloga u procesu globalizacije koja je već u toku.

Omladinski turizam ima veliku ulogu i u sprečavanju budićih ratnih sukoba u svetu. Razmena omladine i studenata, kao budićih reprezentanata društva u mnogim državama sveta, naročito u politici, privredi, nauci, kulturi ima veliko potencijalno značenje.

Karakteristika omladinskih centara i domova je velika i raznovrsna aktivnost i često je istaknut moto “dosađivanje je strogo zabranjeno”.

Sa razvojem naše zemlje, stabilizacijom političkih prilika, liberalizacija putovanja, omladinski turizam, treba da i u budućnosti odigra veoma složenu dru-

štvenu ulogu. Iz iskustva, može se istaći da su najbolji ambasadori naše zemlje bili nekadašnji posetioci iz različitih krajeva sveta, koji su svoj deo odmora provodili u omladinskim turističkim centrima u našoj zemlji gde su imali prilike da upoznaju naše običaje, istoriju i tradiciju. Nije mali broj primera da su nekadašnji posetioci naših omladinskih domova i kampova, koji su boravili kao mladi u našoj zemlji u međuvremenu zauzeli značajna mesta u novinarstvu, nauci, kulturi, kao i u politici.

U ovu vrstu omladinskog turizma potrebno je ukazati i na značaj naše omladine koja živi u raznim zemljama sveta. Ova turistička populacija, deca naših iseljenika i našeg porekla veoma je značajan za animiranje u našim omladinskim domovima ili kampovima. Ova vrsta turističkih kretanja ima izuzetan društveno – politički značaj za uspostavljanje veze između zemlje porekla i mesta njihovog sadašnjeg boravka. Prilikom organizovanja i prihvata dece naših iseljenika mogu se pored klasičnih vrsta rekreativnih aktivnosti uključiti i u upoznavanju istorije, političkih prilika, učenju jezika itd.

Ova vrsta omladinskog turizma može se posmatrati kroz jedan novi, specifični oblik turističkih kretanja, koji se za ovu priliku može nazvati kao “dijaspora– turizam” ili grublji izraz” gastarbajterski turizam”. Iseljenički turizam bi više odgovarao našem jeziku.

Vaspitna uloga omladinskog turizma

Omladinski turizam ima izuzetan značaj u obrazovanju. Pored navedenih vrednosti, veoma je značajno u tu svrhu imati i osposobljene turističke vodiče, pedagoge i vaspitače koje učestvuju u kreiranju i realizaciji omladinskih turističkih putovanja i razvijanju pozitivnih emocija.

Kod omladinskog turizma poseban značaj je korišćenje slobodnog vremena a istovremeno razvijanje kreativnog turizma i turističke kulture.

Kreativna funkcija omladinskog turizma

Omladinski turizam predstavlja specifičan model kod korišćenja slobodnog vremena. Jedna od karakteristika omladinskog turizma u odnosu na turizam odraslih, jeste njegov naglasak ka kreativnom turizmu.

Razmena omladine i studenata doprinosi boljem razumevanju upoznavanju sa različitostima, što istovremeno predstavlja razvijanje internacionalnih vrednosti, kao jedan od elemenata započete globalizacije.

Socijalizacija kao vrednost omladinskog turizma

Razmena mladih u turističkim grupama sa mladima u mestu turističke receptive dovode do složenih socijalnih veza. Otkrivanje zajedničkih vrednosti i uvažavanje različitog emocionalnog senzibiliteta pored intelektualnih funkcija predstavljaju važnu komponentu.

6.2. Radno aktivno stanovništvo

Rekreacija radno aktivnog stanovništva predstavlja veoma značajan segment rekreacije, kako aktivne, tako i pasivne uključujući i turističku rekreaciju.

Svi negativni faktori radne i životne sredine o kojima je bilo reči posebno utiču na zaposlene ljude. Negativni faktori posebno su izraženi u životnoj radnoj sredini Nemačke.

Svi negativni faktori o kojima je nauka i ostale primenjene discipline dovoljno objasnila, kao što su: negativni aspekti urbanizacije, nagli razvoj saobraćaja, zagađenost vazduha, zemlje, vode i hrane. Na drugoj strani negativni faktori se pojavljuju i na radnom mestu, kao što su: psihička opterećenost (stres), buka, prašina, radijacija i dr. dodatno uslovljavaju potrebu rekreacije.

U Saveznoj Republici Nemačkoj postoji tradicija navika za svim oblicima rekreacije, bilo da je u pitanju aktivna ili pasivna. Za ovu kategoriju stanovništva od izuzetne važnosti predstavlja i turistička rekreacija. Posledice radne i životne sredine, radno zaposlenog stanovništva su povećan broj srčanih oboljenja, krvotoka, bolesti disajnih organa i ostalih psiho-somatskih oboljenja.

U skladu sa potrebama radno sposobnog stanovništva, pored visokog životnog standarda socijalne i zdravstvene zaštite stanovnika, rekreacija kao sastavni deo slobodnog vremena igra značajnu ulogu za amortizovanje navedenih negativnih faktora. U bavljenju rekreacije uključene su socijalne i zdravstvene institucije.

Nemačka predstavlja useljeničku državu. Nemačka posle Drugog svetskog rata doživela veliku privrednu ekspanziju pa je zahvaljujući tome bila veliki magnet za privlačenje strane radne snage. U Nemačkoj živi oko 7,5 miliona stranaca koji su sedamdesetih godina posle nedostatka radne snage bili vežan faktor za privrednu ekspanziju Nemačke.

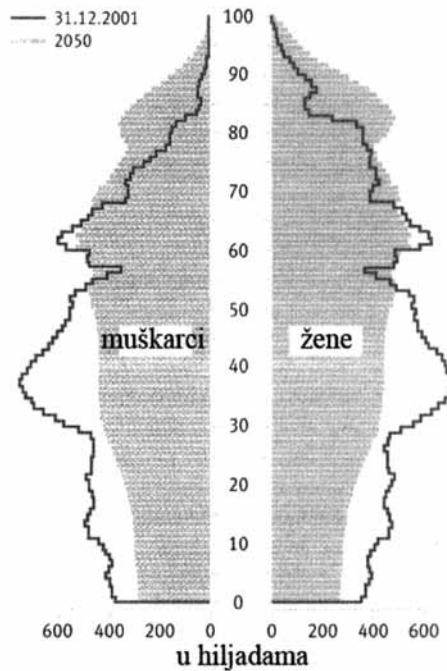
Najviše je došlo iz Istočno Evropskih zemalja Poljske, Češke, Rusije, Kazahsana u periodu od 1990. do 2004. godine.

U Nemačkoj živi i radi znatan broj građana iz Srbije i Crne Gore.

Prvi naši iseljenici u Nemačku bili su naši ljudi zatečeni u Nemačkim logorima u Drugom svetskom ratu. Sledeći talas naše emigracije imao ekonomske motive i počeo je značajno da dolazi u Nemačku od 1997. godine. Značajan talas zapošljavanja nastavio se sve do 1973. godine.

Od tada do sada naseljavanje u SR Nemačku tekao je promenljivo. Najveći intenzitet doseljavanja u Nemačku nastao je za vreme ratnih sukoba na prostorima nekadašnje Jugoslavije. Najveći broj naših novih iseljenika dobili su samo privremeni status.

Često se zaboravlja da i Nemci napuštaju svoju zemlju i iseljavaju se u druge krajeve sveta. To iseljavanje ima dugu tradiciju. Znatan broj Nemaca se naselio u SAD, Kanadi, Australiji, Južno afričkoj uniji. U novije vreme zbog sve težeg zapošljavanja mladih, dolazi do odlazka iz Nemačke i to naročito u Kanadu, SAD



Izvor: Statistische
Bundesamt 2003

Nemačka starosna struktura 2001-2050 (prognoza)

i Australiju. Iseljeni Nemci u mnogim državama sveta imaju svoje klubove u kojima čuvaju svoju tradiciju i kulturu.

Svi navedeni razlozi ukazuju na potrebu i značaj rekreacije koja iz godine u godinu doživljava izuzetno interesovanje kod radno-aktivnog stanovništva. U popularizaciji rekreacije značajno uticu televizijske emisije, dnevne novine i specijalni časopisi. Ne treba zaboraviti i jedan specifičan oblik rekreacije koja se obavlja u radnoj sredini (firmama). Ova vrsta rekreacije obavlja se za vreme pauza u okviru radnog vremena. Specifične i kratke rekreativne aktivnosti u cilju opuštanja, smanjivanja psihofizičke napetosti igra važnu preventivnu funkciju, a pored toga i utiče na produktivnost rada. Mnoge vrste različitih vežbi namenjenih zaposlenim u toku rada dobijaju sve meću popularnost i izvode se u različitim kombinacijama. Ove vežbe imaju prilično dugu tradiciju u Japanu, SAD i u Nemačkoj.

Radno-aktivno stanovništvo veoma je značajan turistički segment. Zaposleno stanovništvo u Nemačkoj pored visokog materijalnog standarda ima i plaćeni godišnji odmor u proseku od 30 dana. Ova kategorija stanovništva u proseku je i u velikoj meri motorizovana, što pored svih navedenih faktora i predstavlja značajnu turističku populaciju o kojoj će kasnije biti reči.

6.3. Treće doba – seniori

Udeo stanovnika Savezne Republike Nemačke starosti preko 60 godina porastao je za više od 60% za poslednjih 20 godina, a demografi predviđaju da će ukupan broj stanovnika iznad 60 godina iznositi 35% u 2030 godini. Prema sta-

tističkim podacima Savezne Republike Nemačke iz 1999. godine stanovnici stariji preko 60 godina, iznosio je 23 % ukupnog broja stanovnika. Udeo starijeg stanovništva Nemačke ima stalnu tendenciju rasta. Povećanje dužine životnog veka, vezana je za visoki životni standard, savremenu zdravstvenu zaštitu, smanjenje i poboljšanje uslova rada, visoki kulturni nivo stanovništva, dugu tradicija upražnjavanja raznih oblika rekreacije i turističke rekreacije. Treba naglasiti i značajan razvoj medicinskih nauka i farmaceutske industrije.

Oko demografskih promena, kao društvo starijih ljudi veoma se mnogo govori i piše kako u naučnim tako i u političkim krugovima u Nemačkoj. Postavlja se mnoga pitanja kako će izgledati društvo u budućnosti sa produžetkom životnog veka, starenjem nemačkog društva i kakav će životni stil postati dominantan.

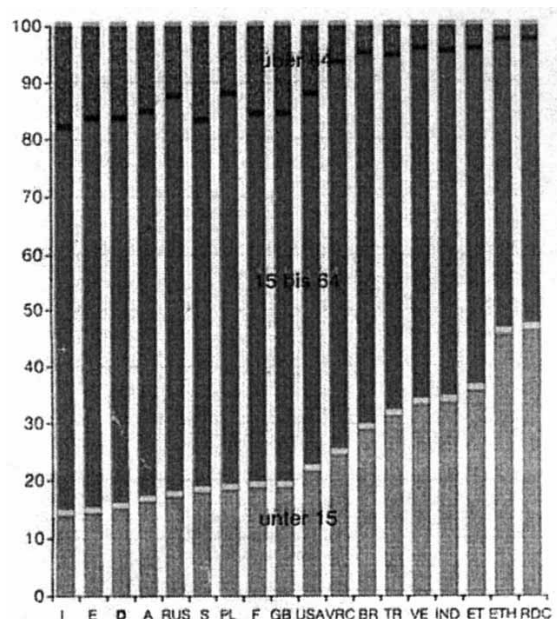
Na ovo pitanje pokušavaju da daju odgovore političari, naučnici, ekonomisti, sociolozi, psiholozi, medicinska nauka i dr. Odgovor na ovo pitanje interesuje i turističku nauku.

Na ova pitanja još nisu dobijeni kompletni odgovori, polemika je u toku. Po ovim pitanjima potrebno je i da se uključe i stučnjaci za proučavanje i planiranje budućih kretanja.

6.4. Postavljanje problema

Nemačka turistička agencija SCHARNOW još 1975. godine ponudila je posebne turističke programe za seniore i to:

- Na Severnom – Baltičkom moru,
- Srednje Nemačkim planinama,
- Banjskim lečilištima i u Alpima.



Izvor: Institut für
Ländeskunde, Leipzig 2001

Starosna struktura stanovništva 2001. godine, izabrane pokrajine

Ponuda je bila proširena i na putovanje u inostranstvo (Austriji, Italiji, Španiji) u taj program se uključila i turistička agencija FIT – društvo za zdravo putovanje iz Frankfurta. To je bio prvi medijski nastup koji se u svojoj ponudi obraćao seniorima.

Nakon toga počeo se konstantno menjati odnos prema ovoj populaciji kao i stare prestave o njoj, da su stari jedna vrsta “teret za društvo”. Za razbijanje predrasuda naročito kada su u pitanju turistička putovanja i turistička rekreacija, uloga medija odigrala je značajnu ulogu. Stari klišeji iz sedamdestih godina danas su potpuno napušteni.

U medijskim i marketinškim nastupima danas se za seniore govori o “novim starijim”, koji traže više vrsta aktivnosti; fizičkih, rekreativnih i drugih kulturnih sadržaja. Ovu tržišnu grupu – seniora – potrebno je stalno obrađivati jer svaka nova generacija seniora postavlja niz novih zahteva a posebno u turizmu i turističkoj rekreaciji.

U naučnom smislu ne postoji precizna definicija starosti.

S obzirom da se svake godine udeo starog stanovništva povećava, ne samo u Nemačkoj nego u svim industriskim razvijenim zemljama kao i njihovo slobodno vreme, uz značajna materijalna sredstva predstavljaju veoma atraktivnu grupu sa aspekta turističkih kretanja. Potrebno je obogatiti sadržaje u turističkim centrima i objektima kao jedan od oblika eliminisanja dosade.

Ova starosna grupacija najčešće koristi predsezonu i postturističku sezonu, što značajno produžava turističku sezonu. Ova starosna grupacija stanovništva veoma je interesantna kao turistička klijentela za naše banjske, planinske i primorske, turističke centre. Šanse našeg zdravstvenog turizma su u nižim cenama, lekovitosti naših banja i termomineralnim izvorima.

U skladu sa tim ciljevima i zadacima potrebno je graditi nove i adaptirati stare turističke objekte, oplemeniti ih novim sadržajima, povećati edukaciju turističkog kadra, obogatiti kulturno– zabavni život, povećati higijensko zdravstvene standarde i dr.

Prema statističkim podacima iz 2002 godine, prosečna dužina životnog veka u Nemačkoj iznosila je oko 78 godina. Normalni radni vek prema dosadašnjim zakonskim propisima završava se između 62 i 65 godine života. Sa opadanjem nataliteta i povećanjem dužine života nastala je velika disproporcija između radnoaktivnog stanovništva i stanovništva “trećeg doba”. Ova disproporcija između radnoaktivnog stanovništva i broja penzionera predstavlja i veliki finansijski problem.

Najnovije diskusije i predlozi u okviru Savezne vlade imaju za cilj da se radni životni vek produži na 67 godina života.

Turistička privreda obraća izuzetno važnu pažnju ovom značajnom turističkom segmentu, koji raspolaže sa dosta slobodnog vremena i potrebom za raznim vidovima zdravstvene i turističke rekreacije. Ova starosna populacija veoma je značajna za produžetak turističke sezone u raznim centrima Nemačke kao i u mnogim drugim zemljama Evrope i sveta. To se posebno može uočiti u značajnim turističkim centrima u Španiji, Italiji, Turskoj, Grčkoj i u drugim zemljama.

Sa niskim cenama avio-prevoza u okviru turističkih aranžmana ova turistička putovanja usmerena su i prema udaljenim destinacijama kao na primer: SAD, Meksiku, Dominikansku Republiku, Tajland i drugim mestima. Treba istaći i razlike u troškovima života, gde se pored povoljnih cena, turistički boravak može produžiti i na više meseci. Značaj ovih putovanja je i u tome što se u zimskom periodu godine građani mogu provesti svoj odmor u toplim zemljama sveta.

U celini uzevši ova starosna grupa je značajan potrošač i ostalih usluga u turističkim centrima, koja se naziva još vanpansionskom potrošnjom. To ima i veliku ekonomsku vrednost i za lokalnu trgovinu, saobraćaj, muzeje, koncerte i drugo.

Turistička rekreacija seniora ima svoje specifične forme koja je u funkcionalnoj vezi sa zdravstvenom rekreacijom.

Turisti takozvanog "trećeg doba" imaju ponekad specifične zahteve u odnosu na ostale starosne kategorije. Ova vrsta turista više insistira na komforu i organizovanim turističkim sadržajem. Struktura turističke potražnje ove populacije je specifična i po psihološkom doživljavanju turističkih kretanja.

7. Sociološki oblici rekreacije

Sociološki oblici rekreacije podrazumevamo individualnu rekreaciju koju izvodi pojedinac; a porodična koja se izvodi u porodici. Sva tri vida socioloske rekreacije može se izvoditi u mestu stalnog boravka. Ukoliko se izvodi u mestu stalnog boravka onda se radi o turističkoj rekreaciji.

7.1 Individualna rekreacija

Individualna rekreacija kao i svaka druga rekreacija može biti aktivna i pasivna. Pojedinci mogu potpuno individualno baviti se rekreacijom: trčanje, plivanje pešačenje vožnja biciklom planinarenje i td. Kod individualne rekreacije ne postoji problem organizacije većeg broja učesnika i zbog toga predstavlja povoljnost u odnosu na timsku rekreaciju.

Individualna rekreacija nosi i visok stepen autonomnosti koja je vezana za individualne afinitete.

Individualna rekreacija zavisi i od specifičnosti ličnosti i njenoj svesti o značaju rekreacije.

Rekreacija i mediji danas se uzajamno prožimaju. Tome doprinose i mediji, razne vrste sportskih časopisa zatim štampe, radija, interneta i dr.

Lepota i kult sportskog izgleda deluju dodatno na individualnu rekreaciju. Veliki broj građana SR Nemačke upražnjava rekreaciju u slobodnom vremenu u sledećim disciplinama: šetnji, trčanju, planinarenju, plivanju, skijanju, tenisu i dr.

7.2 Porodična

Porodična rekreacija podrazumeva kao najčvršća i specifična socijalna zajednica i ima veliku ulogu u aktivnoj i pasivnoj rekreaciji u Nemačkoj.

Porodična rekreacija ima dugu tradiciju, u ovaj tip rekreacija ima veliki značaj za porodični život u celini, jer porodična blizina i rekreativna aktivnost utiču na povećanje zdravstvenog nivoa i kvalitet življenja.

Porodična rekreacija vezana je kroz aktivne rekreativne sadržaje, šetnje i trčanje kroz prirodu, plivanje vožnja biciklom i ostale sportske aktivnost.

Ponekad su svi članovi porodice uključeni u razne vrste klubova u kojima se obavlja rekreativna funkcija i istovremeno učvršćuju se veze među porodicom.

Porodična rekreacija zavisi i od veličine porodice, njihovog obrazovnog nivoa, zdravstvenog stanja i materijalnog položaja. Prilikom godišnjih odmora i turističkih putovanja obavljaju se gotovo svi tipovi rekreacije. Kao što je poznato postoje mnogi omladinski centri i pansioni koji su specijalno namenjeni takozvanom porodičnom turizmu. Pešačenje, bavljenje sportom, poseta muzejima i drugim kulturnim sadržajima.

U Nemačkoj veoma su popularna razna udruženja roditelja koja se sa decom učlanjuju u razne sportske klubove.

Bavljenje sportom u sportskim klubovima, često uz podršku roditelja učvršćuje porodični život.

Postoje i mnoge brošure koje ističu socijalni i zdravstveni značaj putovanja i bavljenje sportskim aktivnostima što ponekad veoma pozitivno služi deci radi razvijanja sportskih a isovremeno socijalnih aktivnosti. Socijalne aktivnosti se odvijaju i kroz razne posete prijateljima, klubovima raznim udruženjima, zatim numizmatičarima i dr.

Ovaj značajan segment turizma u svojim programima za porodicu sa decom, ističu mogućnost korišćenja raznih vrsta aktivnosti u bazenima i drugim sportskim terenima.

Ova vrsta rekreacije zbog tradicije i mentaliteta našeg naroda izuzetno je povoljan za socijalnu – timsku rekreaciju.

To se može primetiti i u rezultatima kolektivnih sportova kod nas (fudbalu, rukometu, košarci itd.).

Porodična rekreacija je veoma razvijena i kod pasivnih oblika rekreacije lli kako se u novije vreme naziva kulturnom rekreacijom; posetu bioskopima, pozorištima, restoranima, posete utakmicama u koje su uključeni svi članovi porodice.

7.3 Timska

Pod timskom rekreacijom podrazumevamo bavljenje rekreacijom u grupi ili timovima. Pa zbog toga se naziva timska rekreacija. Mnogi sportovi i sportska udružanja verovatno ne bi postojala bez timskog povezivanja. Veliki broj timova iz raznih sportskih grana udruženi su u niz amaterskih ili profesionalnih timova.

Sa razvojem značajem timske rekreacije otvaraju se mnogi klubovi koji imaju amaterski početak a u kasnijem periodu dobijaju profesionalni karakter.

Sa daljim tehnološkim razvojem, smanjenim kretanjem, i potrebom bavljenja sportom pojavljuje se sve veća potreba za stvaranjem raznih udruženja u cilju rekreacije.

U poslednje vreme stvaraju se i nova udruženja u novim sportovima.

Novi sportovi, zatim razna druga udruženja koja imaju za cilj upoznavanje prirode, grupna poseta utakmicama, koncertima, pozorištima imaju značajnu ulogu u stvaranju i turističkih navika koji rekreaciju upražnjavaju i u mestima godišnjih odmora.

8. Turistička rekreacija prema tipovima radnih mesta

Kao što je poznato radna mesta izazivaju različitu vrstu zamora. Kao što znamo zamor može nastati usled fizičkog i psihičkog rada. Ova standardna podela gubi smisao, s obzirom da između fizičkog i intelektualnog rada u modernim postindustrijskim društvima ne postoji značajna razlika nakon uvođenja novih tehnologija, smanjenja fizičkog rada i uvođenja robota i savremenih informacionih sistema.

Prema klasičnoj podeli radnih mesta, rekreaciju možemo uopšteno podeliti na:

- rekreacija intelektualnih radnika.
- rekreacija manuelnih radnika.
- rekreacija tehničko-proizvodnih radnika.
- hendikepiranih lica.

8.1. Tipovi rekreacije intelektualnih radnika

Intelektualni rad stvara posebnu vrstu naprezanja koja su vezana za zamor centralnog nernog sistema. Dugotrajni sedeći rad, velika umna opterećenost, visok stepen koncentracije prilikom rada, izaziva za posledicu posebnu vrstu zamora.

Uvođenje kompjutera, korišćenje interneta u poslovnom svetu posebno deluje na zamaranje.

Potreba za eliminisanje zamora intelektualnih radnika vrši se kroz razne vrste rekreacije koje treba da budu prevencija od profesionalnih oboljenja.

Nedovoljna fizička aktivnost kod intelektualnog rada, koja je često praćeno sa nepravilnom ishranom, dovelo je poslednjih godina do naglog porasta srčanih oboljenja, bolesti krvotoka, šećerne bolesti, kao i raznih psihičkih oboljenja. Ovome često treba dodati i loše životne navike kao što su duvan i alkohol koji uz navedene faktore samo povećavaju rizik od takozvanih “bolesti civilizacije”.

Sve medicinske studije u Saveznoj Republici Nemačkoj kao i u ostalim zemljama zapadne Evrope doveli su do istih saznanja vezani za način života ove kategorije stanovništva. Da bi se eliminisali štetni faktori poslednjih godina u Nemačkoj postoji široka propagandna akcija u kojoj su uključene sve socijalne,

zdravstvene službe u saradnji sa medijima. Treba ukazati na kulturno-obrazovni nivo ovog segmenta stanovništva, naglašena svest o negativnim faktorima kao istovremeno svest o upažnjavanju raznih rekreativnih aktivnosti bilo u mestu stalnog boravka ili prilikom odmora u raznim turističkim centrima u kojima je uključena i turistička rekreacija.

Takođe treba navesti naglašena interesovanja za rekreativne aktivnosti: trčanja, vožnja biciklom, plivanjem, tenisom i ostalim sportskim aktivnostima. Ovakve akcije su podržane i stimulisane preko raznih zdravstvenih i socijalnih institucija. Mnoge industrijske grane posebno su obratile pažnju na ovaj segment stanovništva, radi prezentacije sportske opreme i ostalih rekvizita koje su u funkciji fizičke rekreacije.

Prema materijalnoj situaciji, ova kategorija predstavlja najčešće srednju i višu klasu nemačkog društva, nadprosečnim primanjima i predstavljaju kao značajni konzumenti raznih kozmetičkih, medicinskih i modnih proizvoda.

Ova kategorija stanovništva zbog svog prosečnog visokog obrazovanja, relativno visokih primanja predstavljaju izuzetni značaj u turizmu Nemačke. Ova kategorija stanovnika je veoma značajna i za mnoge receptivne zemlje u svetu, potencijalno uključujući i našu zemlju.

8.2. Tipovi rekreacije manuelnih radnika

Sa industrijalizacijom, automatizacijom i postindustrijskom revolucijom u Nemačkoj naglo je smanjen broj "klasičnih" broj manuelnih radnika. Čak i u tradicionalnim privrednim granama kao što su: poljoprivreda, građevinarstvo, i pojedine industrijske grane, svele su udeo fizičkog rada na minimum.

Ali ne treba zaboraviti da i pored toga, postoji veliki broj zanimanja u kojima dolazi do fizičkog zamaranja organizma, određenog dela mišića i dr.

Rad na traci izaziva ne samo psihološki već i određeni fizički napor, jer je izazvan konstantnim naprezanjem određenih mišića. Za ovu kategoriju radnika potrebno je takođe psihička i fizička rekreacija. Manuelni radnici imaju veću psihološku potrebu za odmor, zabavom i raznodom, kao oblicima pasivne rekreacije. To se naročito ogleda u povećanoj potrebi gledanja raznih TV programa zabavnog karaktera, lakšeg sadržaja, čitanja dnevnih novina itd.

S obzirom na visok kulturni nivo nemačkih manuelnih radnika kao i na malu razliku između rekreacije manuelnih i intelektualnih radnika ovde se ne može posebno isticati. Razlika između navedene kategorije stanovnika više se može uočiti u pogledu korišćenja turističkih usluga prilikom godišnjih odmora, bilo da se provodi u zemlji ili u inostranstvu.

Sa stanovišta naše zemlje, s obzirom na trenutnu izgrađenost turističkih objekata i rekreativnih sadržaja ova kategorija stanovništva i u dosadašnjoj posesti tako i u budućnosti biće interesantna.

8.3. Tipovi rekreacije tehničko-proizvodnih radnika

S obzirom na obrazovnu strukturu, visok profesionalni nivo tehničko-proizvodnih radnika koji čini značajan segment u industrijskom i privrednom razvoju Nemačke, savremen rad u fabrikama, psihički napor i ostali navedeni štetni faktori gotovo da se izjednačuju sa radom intelektualnih radnika.

Razlike se sve manje izražavaju, s obzirom na visoku svest o značaju rekreacije i turističke rekreacije. U Nemačkoj literaturi ovakve podele nisu posebno obrađivane. Generalno uzevši sve što je do sada rečeno može se primeniti i na ovu grupu tehničko-proizvodnih radnika.

Određene nijanse ipak postoje kad su u pitanju primanja i veća intelektualna radoznalost koja je vezana za kulturne sadržaje

Potrebno je da kadrovi u turizmu poseduju sledeće profesionalne osobine:

- predussetljivost
- komunikativnost
- kompetenciju/profesionalnost
- ljubaznost
- poverenje
- pouzdanost
- senzibilitet
- sigurnost
- korektnost prilikom informisanja i realizacije posle
- sposobnost i razumevanje poslovnih partnera. (Izvor: Kotler, Bliemel, Marketing , 675)

IV

IZBOR TURISTIČKIH MESTA U SR NEMAČKOJ SA KARAKTERISTIČNIM OBLICIMA REKREACIJE

U ovom radu biće istaknuto i opisano nekoliko turističkih regija (mesta) u SR Nemačkoj, koja predstavljaju reprezentativne primere, karakteristične za turizam i turističku rekreaciju. Ovi primeri treba da ukažu na prirodne i društvene uslove koji su doprineli afirmaciji turističke rekreacije u određenim turističkim centrima. Nemačka poseduje veliki broj različitih turističkih mesta i regiona; ovde ćemo istaći samo neke od njih, čija iskustva mogu biti poučna i korisna za našu zemlju.

1. Rekreacija u primorskim turističkim mestima

Nemačka izlazi na dva mora: Baltičko i Severno, koja su – pored prirodne povezanosti – još i veštački povezana Kilskim kanalom. Kilski kanal prokopan je i pušten 1895. godine i ima veliki ekonomski značaj, jer skraćuje put između dva navedena mora. Na Severno more izlaze nemačke pokrajine Šlezvig-Holštajn i Donja Saksonija (Niedersachsen). Na Baltičko more izlaze pokrajine Šlezvig-Holštajn i Meklenburg-Forpomern.



Karta Nemačke sa ostrvima Rigen i Hidenze

Izvor: Grupa autora (2003): Rügen/Hiddensee, izd. Baedeker

1.1 Morske banje i lečilišta

Ove vrsta banja smeštene su gotovo celom dužinom na Severnom i Baltičkom moru. Pored blage klime i relativno stalnih vetrova koji duvaju sa okeana odnosno sa mora na kopno bez prisustva prašine i ostalih štetnih sastojaka predstavljaju pored kupanja i jednu vrstu vazdušnih banja. Čist vazduh, uključujući i kupanje predstavlja jedan vid oporavka organizma. U medicini ovaj oblik lečenja ili oporavka naziva se talaso-terapija.

Morska klima (sa čistim vazduhom, odsustvo štetnih atmosferskih čestica, relativno blage klime u letnjem preiodu, sa malim temperaturnim oscilacijama) stimulišu imuno sistem organizma i deluje preventivno za očuvanje zdravlja.

Morska klima Severne Nemačke povoljno deluje kod astmatičara. Salinitet morske vode na obalama Severnog mora (salinitet 3,2%) kao i Baltičko more takođe povoljno utiče na bolesni organizam.

Principi zdravstvenog lečenja u banjama su oporavak i poboljšanje opšteg stanja organizma. Planiranje godišnjeg odmora u banjskim i klimatskim lečilištima zavisi od zdravstvenog stanja organizma, dužine vremena, vrsta oboljenja.

Kod zaposlenih na stresnim poslovima služe za opuštanje bilo individualno ili porodično. Korišćenje banja i termo mineralnih izvora mogu se realizovati kroz uzimanje mineralne vode, razne vrste masaža uključujući masaže sa uljem, mirisne, aromatske, upotreba bazena sa mineralnom vodom i saune kao i raznih programa za opuštanje (autogeni trening, joga, razne terapije disanja).

Poslednjih godina u mnogim turističkim mestima uvode se mnogi velnes-programi koji uključuju upotreba kupatila sa lekovitom vodom, masažom, raznim gimnastičkim vežbama i upotreba raznih kozmetičkih preparata u estetske svrhe.

S'obzirom na značaj obog vida turizma u Nemačkoj je održan kongres pod nazivom "Medicinski kongres Evrope" sa 26.000 učesnika koji je održan u septembru 2002. godine na kome su prezentirane sve moguće metode savremenog zdravstvenog turizma. Pored medicinskih radnika prisustvovali su i predstavnici Savezne vlade zaduženi za razvoj turističke rekreacije. Sledeći Internacionalni kongres održan je u julu 2005. godine.

Već više od sto godina Nemačka banjska i klimatska lečilišta imaju značajnu socijalnu i zdravstveno političku funkciju u cilju prevencije i rehabilitacije stanovništva. U Nemačkoj postoji gotovo 300 banja i klimatskih lečilišta. Sve Nemačke banje i klimatska lečilišta su povezana u udruženja prema pokrajinskim propisima i njihovim lekovitim svojstvima razvrstani su po grupama.

Udruženje Nemačkih lekara koji su zaposleni u banjama (Verband Deutscher Badearzete e.V.) povezani su u udruženje u koje je uključeno 800 lekara specijalista za banjsko lečenje i oporavak, kao i 200 naučnika iz oblasti balneologije, klimatologije, geologije i stručnjaka za medicinsku tehniku koja se upotrebljava u banjama i klimatskim lečilištima.

Nemačke banje i klimatska lečilišta sačinjavaju dve tečine preventivnih i rehabilitacionih programa sa oko 150.000 postelja. Oko 7000 lekara je zaposle-

no u 1200 banjskih i klimatskih lečilišta. Ukupno je zaposleno oko 350.000 ljudi koji ostvaruju godišnji promet od 26 milijardi evra.

Savezni zavod za statistiku daje podatke da je samo 20% gostiju koristilo usluge smeštaja i ishrane od 17 miliona gostiju koji su koristili usluge banja i klimatskih lečilišta u 2004. godini kao turistički gosti – zdravstvenog turizma.

U periodu između 1995– 2004. godine samo u Bavarskim banjama smanjen je broj radnih mesta sa 58.000 na 33.000.

Poslednjih godina banje i lečilišta su postale atraktivnije jer su pored klasičnog korišćenja i tretmana proširile svoju delatnost i na nove turističke sadržaje.

1.1. Privrede pokrajine Meklenburg Forpomern

Nakon ujedinjenja bivše Istočne Nemačke sa Zapadnom Nemačkom, 1990. godine, broj stanovnika na ostrvima Rigen i Hidenisu se smanjio sa 86.000 na 77.000. Razlozi su smanjen priraštaj stanovništva, kao i odlazak mladih ljudi u zapadne delove zemlje radi zapošljavanja. Preovlađujuća religija kod stanovništva je evangelistička. Od privrednih aktivnosti, na ostrvima značaj ima proizvodnja krede, proizvodnja i popravka malih turističkih brodova i jahti. Nakon 2002. godine modernizovana su ribolovna preduzeća na ostrvu. Više od polovine zapo-





Turističke destinacije

		Rügen	15	102	Rhön	28	235	Schwäbische Alb	43	300
Sever		Schleswig-Holsteinische Ostseeküste	10	50	Sauerland	23	226	Schwarzwald	44	266
Amrum	3	Spreewald	19	167	Thüringer Wald	29	241	Taubertal		302
Brandenburg	18	Sylt	1	20	Vogtland	30	256	Werdenfelser Land	40	380
Butjadinger Land	8	Usedom	16	90	Waldecker Land	22	232			
Cuxland	5				Weserbergland	21	176	Holandija		
Fehmarn	11							Binnenland	1	410
Fischland-Darß	13	Središnji deo			Jug			Nordseeküste	2	415
Hiddensee	14	Eifel	24	224	Allgäu	41	388			
Lüneburger Heide	9	Elbsandsteingebirge	32	251	Altmühltal	42	326	Belgija		
Mecklenburgische Ostseeküste	12	Erzgebirge	31	254	Bayerischer Wald	36	326	Nordseeküste	3	412
Mecklenburgische Seenplatte	17	Harz	20	194	Berchtesgadener Land	39	357	Flandern	4	411
Nordfriesland & Inseln	4	Hessisches Bergland	27	238	Bodensee	308	308			
Ostfriesland & Inseln	6/7	Hunsrück	25	221	Chiemgau	38	365			
		Mosel	26	217	Frankenwald	34	327			
		Oberlausitz	33	250	Oberes Maintal	35	325			
					Rottal	37	353			

Karta turističke regija SR Nemačke

slenog stanovništva radi u saobraćaju, tj. bavi se davanjem usluga prevoza robe i tereta. Ostrvo Rigen je u poslednjim godinama postalo značajna luka gde se vrši pretovar tereta i njegov transport u Švedsku, Rusiju i baltičke zemlje. Turizam ima veoma važnu ulogu na ostrvima Rigen i Hidenze; u ovoj privrednoj grani zaposleno je 12 % lokalnog stanovništva. Turistička privreda je osnov razvoja celokupne privrede ovog ostrva .

1.2. Ostrvo Rigen (Rügen)

Baltičko more obuhvata površinu od 420.000 km². Ono je veoma važno za mnoge baltičke države, jer omogućava vodenu vezu sa svim pomorskim državama u svetu. Pored strateškog, političkog i ekonomskog značaja, Baltičko more predstavlja i region razvijenog turizma i rekreacije. Baltičko ostrvo Rigen pripada nemačkoj pokrajini Meklenburg Forpomern. Pokrajina ima površinu od 23.173



Deo nemačkog Baltičkog mora sa ostrvima Rigen (Rügen) i Hidenze (Hiddensee)

Izvor: Grupa autora (2003), Rügen/Hidenze, izdavač Baedeker-Ostfildern



Mecklenburg - Vorpommern

km², u kojoj živi 1,82 mil. stanovnika; gustina naseljenosti je 79 stan./km². Glavni grad pokrajine je Šverin (Schwerin). Na teritoriji pokrajine ima 2013 jezera većih od jednog hektara. Samo u ovoj pokrajini nalazi se 25 % jezerske površine Nemačke. Zbog svega ovoga pokrajina Mecklenburg Forpomern je pravi raj za vodene sportove.

Dužina morske obale pokrajine je 1358 km. Morska obala je veoma razučena. Poluostrva, koja imaju turistički značaj, su: Fišland (Fischland), Dars (Darss), Cingst (Zingst). U teritoriju ove pokrajine ulaze i površine 106 ostrva, od manjih pa sve do velikih u koja spadaju Rigen (kao najveće) i Used. Ova pokrajina ima 3 nacionalna i 6 prirodnih parkova, što iznosi 17 % njene ukupne površine. Ostrvo Rigen, zajedno sa ostrvima Hidenzeom (Hidensee) i Štralsundom (Stralsund) ima oko 77.000 stanovnika. Površina ostrva Rigen je 926,4 km², a ostrva Hidenze 18,6 km². Geografske koordinate ostrva Rigena i Hidenza su: 54° 10' severne geografske širine i 13° do 13° 45' istočne geografske dužine. Geomorfološki prostor je oblikovan u vreme poslednje faze ledenog doba koja je završena pre 10.000 godina.

Turistička privreda ostrva Rigena i Hidenzea

Ostrvo Rigen (površine od 926,4 km²) i Hidenze (površina 18,6 km²), sa svojim dugim belim, peskovitim plažama, predstavljaju važnu turističku destinaciju na Baltičkom moru. Ostrva je posetilo oko 1,5 miliona turista tokom 2004. godine. Na ovako veliku posetu utiču prirodni i društveni faktori. Peskovite plaže, 1900 sunčanih časova godišnje, dobra saobraćajna povezanost, izgrađena infrastruktura, velike površine zaštićene prirode, veliki broj kulturno-istorijskih spo-



Mesto Putbus na ostrvu Rigen sa cirkusom i vilama, šetalištima, muzejom i restoranima. Atrakcija grada je park zamka veličine 7,5 km². Grad Putbus ima oko 5000 stanovnika. Grad su osnovali stari Sloveni. Ima nekoliko muzeja koji predstavljaju sa prirodnim lepotama osnov za razvoj turizma. Pored pozorišta ima muzeje starih satova, muzičkih instrumenata, zatim muzej dečijih igračaka i lutaka.

Izvor: Grupa autora (2003): Rügen/Hiddensee, izdavač Baedeker Ostfildern

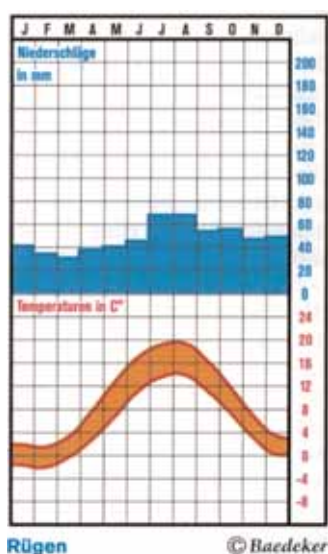
menika i građevina koje su aktivirane u funkciji turizma, zatim veliki broj turističko-zabavnih manifestacija, te boravak poznatih ličnosti iz oblasti nauke, umetnosti, medija i mode, doprineli su da ostrva Rigen i Hiddensee postanu veoma popularna mesta i privlačna za turiste.

Zahvaljujući preduzetim merama na zaštiti prirode, naročito posle proglašenja za nacionalni park 1990. godine i južnog dela ostrva koji je proglašen za biosfera park i ima površinu od 235 km². Zbog svega ovoga, ostrvo Rigen može poslužiti kao model razvoja turizma uz maksimalnu zaštitu prirode. Klima na Baltičkom moru, a posebno ona koja vlada na ostrvu Rigen i Hiddensee, odlikuje se mešavinom maritimne i kontinentalne klime. Za ovu klimu je karakteristično brzo kretanje vazdušnih masa, niže prosečne temperature tokom godine, mala količina padavina i visoka vlažnost vazduha.

U ovim područjima razvijena je poljoprivreda – zemljoradnja i stočarstvo. Velike površine zemljišta zapremaju šume koje su zaštićene od seče. Životinjski svet na ovim terenima je bogat; naročito je veliki broj ptica.

Saobraćaj

Saobraćajna povezanost između kopnenog dela grada Štralsunda i ostrva Rigen ostvarena je izgradnjom puta na peskovitom materijalu (dinama), dužine



Klima ostrva Rigen i Hidenze čine prelaz iz maritimne u kontinentalnu klimu. Leta su topla, a zime vlažne i sveže. Zbog čistog vazduha dobio je status klimatskog oporavilišta.

Izvor: Grupa autora (2003), Rügen/Hidenze, izdavač Baedeker-Ostfildern

2,5 km. Put prolazi duž ostrva Rigena sve do mesta Zasnica. On je veoma važan jer se u Zasnici nalazi luka iz koje se transportuju ljudi i roba do Skandinavije. Na ostrvu Rigen sva manja mesta su međusobno povezana, npr. Zelin (Sellin), Putbus, Garc (Garz), Pozeric (Poseritz), Gustov (Gustow) i Rigendam (Rügendamm), koji više liče na aleje zbog drvoreda i cveća koji su pored njih zasađeni. Čitavo ostrvo Rigen ispresecano je pešačkim i biciklističkim stazama. Na ostrvu Hidenze zabranjeno je korišćenje automobila. Ovo ostrvo potpuno je zaštićeno od te vrste zagađivanja. Na ostrvu Rigen postoji 40 autobuskih linija koje služe za razgledanje turističkih mesta i muzeja. Na Rigenu postoji i važna železnička pruga koja povezuje više gradova, što je veoma važna veza u turističkoj sezoni. Ova železnička linija stiže i do Zasnica, odakle se do Skandinavije stiže feribotom.

Kao turistička atrakcija, na ostrvu postoji i stari voz na parni pogon koji povezuje mala mesta Putbus sa letovalištima: Binc (Binz), Zelin (Sellin), Babe (Babe) i Geren (Gohren). Sa ostrva Rigen i iz turističkih mesta nalazi se veći broj brodskih linija, a postoji i jedan manji aerodrom u Gohrenu. Ove linije prevoze turiste iz većih gradova Hamburga i Berlina na ostrvo.

Na ostrvima Rigen i Hidenze, posle ujedinjenja Nemačke, došlo je do modernizacije saobraćajne infrastrukture i turističkih objekata. Naročito je izvršena značajna modernizacija kamping-placeva i pansiona i sanacija kulturno-istorijskih spomenika. Treba naglasiti i da je 1991. godine jugoistočni deo ostrva proglašen bio-rezervatom pod zaštitom UNESCO-a.

Umetnost i kultura

Kulturno-istorijski muzeji na ostrvu Rigen poseduju eksponate iz različitih vremenskih perioda (predmete iz kamenog doba). Treba istaći i tzv. Licov-kulturu (Lietzow-Kultur), koja je trajala između 4000-3000 godina pre Hrista. Ova kultura odlikovala se bavljenjem se zemljoradnjom i stočarstvom, a ljudi tog doba imali su potrebna znanja i za gradnju lađa. Bronzano doba, koje je trajalo između 3000-



Karta ostrva Rigen

Sa svojih 6 turističkih ruta, veći deo ostrva je proglašen nacionalnim parkom. Veliki turistički centar domaćeg i međunarodnog turizma. Turističku atraktivnost ostrvo Rigen je steklo zbog svojih prirodno-geografskih uslova, velikog broja kulturno istorijskih spomenika, dobre turističke infrastrukture i turističkih sadržaja



Jedan od mnogobrojnih malih zaliva na ostrvu Rigen. Najsevernija tačka ostrva Rigen je rt Kap Arkona sa zamkom iz slovenskog perioda, izgrađen 1168. god.



Turistički centri na ostrvu Rigen

1800. godine pre Hrista, takođe je ostavilo trag koji se može videti u muzeju. Iz gvozdene doba (600 god. pre Hrista – 1. veka), takođe su nađeni delovi raznih predmeta. Kasniji period u istoriji ostrva Rigen i okoline može se podeliti na:

- slovenski period, od 7. do 13. veka (ostaci starih zidova i utvrđenja),
- švedski period od 1631. godine do 1815.,
- nemački period traje od 1815. godine do danas.

U turističkim prospektima prezentira se ponuda nekoliko turističkih tura na ostrvima Rigen i Hidense, i to:

Ruta br. 1. – Od mesta Štralsund (Stralsund) do Gros Cikera (Gross Zicker) u dužini od 60 km.

Stralsund je grad koji se nalazi na kopnu, preko puta ostrva Rigena. Njega nazivaju “Venecijom severa”, sa veoma lepim starim gradom i gradskom kućom i muzejom. Ovaj stari grad ima svoju kulturno-istorijsku vrednost i kupališnog turizma, deo je ponude u oblasti kulturnog turizma. Preko puta ovog grada, na ostrvu Rigen nalazi se malo turističko mesto sa starim pomorskim muzejom. Kada se krene dalje, stiže se do malog mesta Garc (Garz) sa poznatim muzejom (Ernst-Moritz-Arndt-Museum). Deset kilometara istočno od ovog grada nalazi se gradić Putbus sa oko 5.000 stanovnika u kome se nalazi zamak i rezidencija, ali i muzej igračaka i lutaka. U neposrednoj blizini nalazi se park sa 2.500 hektara bukove šume. Dalje prema istoku nalazi se naselje Zelin (Sellin) sa oko 2550 stanovnika. Ovde se nalazi veliki broj vila i turističkih objekata koji, zajedno sa divnom plažom, predstavljaju mondenski deo ostrva.

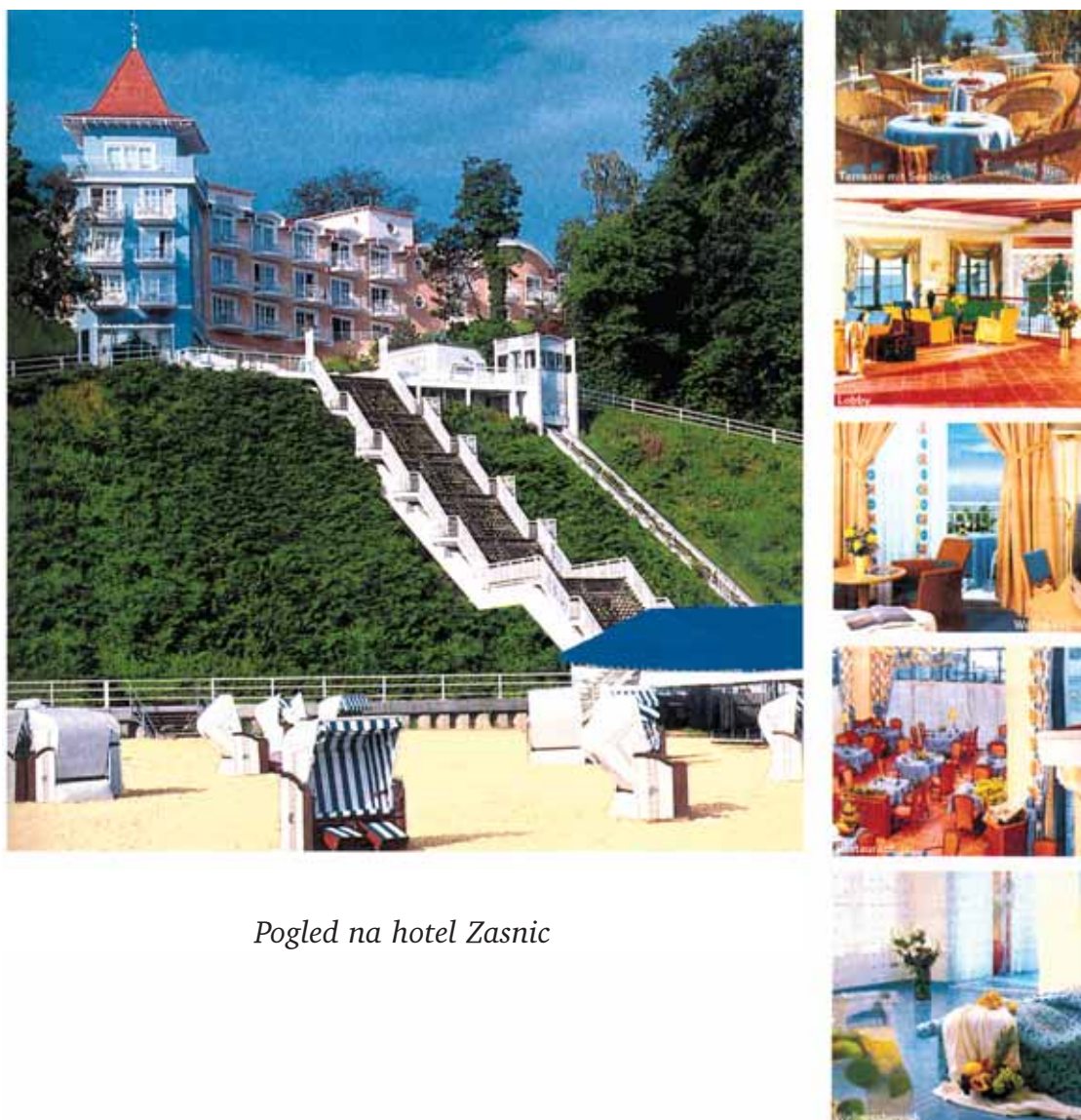
U ovom mestu postoji mogućnost pohađanja obuke za vozače lokomotiva; ova obuka namenjena je turistima, kao deo turističke ponude i razonode za turiste. Polaganje vozačkog ispita obavlja se na starim lokomotivama, čija brzina nije veća od 30 km/h. Pruga je duga 24,5 km i služi kao turistička atrakcija. Obuka za vozače lokomotiva traje 10 dana i ista se plaća.

Turistička ruta br. 2 (dužine 20 km)

Ova tura vodi od mesta Menhgut, uključujući i mala mesta Babe (Baabe) i Geren (Göhren). Ova tura vodi kroz najlepši deo ostrva gde se nalazi veliki broj hotela, gde su plaže lepe, peskovite, a postoje i pešački i biciklistički putevi. Ova mesta imaju veliki broj muzeja koji su turistički valorizovani.

Turistička ruta br. 3. (dužina 54 km)

Ova tura počinje iz mesta Bergen sa 15.600 stanovnika. Ovo mesto nalazi se u centralnom delu ostrva. U njemu se nalazi najstarija crkva na ostrvu (die Marien-Kirche). Put vodi do mesta Cirkov (Zirkow) sa starim seoskim muzejom iz 18. veka. Dalje prema istoku na moru se nalazi Binc (Binz) sa 5550 stanovnika. Ovo je najveće kupališno mesto na ostrvu. Svoj razvoj kupališnog i mondenskog mesta započeo je još u periodu između 1870. i 1910. godine.



Pogled na hotel Zasnic

Ovo mesto ima status morske banje, zbog prijatne klime i velikog šumskog pojasa. Grad poseduje 4 kilometra dugo šetalište. Zabavni život turista ispunjen je veoma velikim brojem kulturnih sadržaja. Na ovom turističkom putu nalazi se i Prora, gde je još u vreme nacional-socijalista izgrađen ogroman turistički centar. Put ove ture završava se u mestu Ralsvik (Ralswiek), poznat po novo-renesansnom zamku i idiličnoj luci.

Turistička ruta br. 4. – Poluostrvo Jasmund (dužina mu je 30 km)

Na ovoj turi može se videti nacionalni park Jasmund sa krečnjačkom obalom u mestu Zasnic (Sassnitz); to je malo ribarsko mesto sa izgrađenim vilama. Mesto Segart poznato je po muzeju sa eksponatima iz boksterskog sporta – poseduje preko 16.000 eksponata.



Sl. 8. Lovački zamak Granic (Granitz) - trpezarija

Lovački zamak na ostrvu Rigen u mestu Granic nalazi se na 38 m nadmorske visine i predstavlja jedno od najposećenijih mesta na ostrvu. Zamak je građen u vremenu između 1783. i 1854. godine. Danas je pretvoren u kulturno-istorijski muzej i pod zaštitom je države. Unutrašnjost zamka predstavlja muzej lova.



Jedna od plaža u mestu Geren (Göhren) na ostrvu Rigen. Turističko mesto Geren postalo je još 1878. godine poznato kupališno mesto. Mnoge poznate ličnosti iz kulturnog i naučnog života provodili su ovde odmor. Danas mesto ima 1400 stanovnika. Izvor: Grupa autora (2003): Rügen/Hiddensee, izdavač Baedeker Ostfildern



Ostrvo Hidenze u Baltičkom moru

Ostrvo Hidenze nalazi se na Baltičkom moru u neposrednoj blizini ostrva Rigen. Dugačko je 18 km, a široko u nekim delovima samo 300 metara. Na ostrvu živi oko 1300 stanovnika. Ovo ostrvo je proglašeno kao nacionalni park Nemačke. Na ostrvu je zabranjen svaki auto-saobraćaj. Spada u mondenska turistička mesta.

Izvor: Grupa autora (2003), Rügen/Hidenze, izdavač Baedeker-Ostfildern

Turistička ruta br. 5 (dužine 100 km)

Ovo je najduža turistička tura na ostrvu Rigen. Ova tura počinje od mesta Bergen preko Ralsvega (Ralsweg), prolazi pored prirodnog parka sa zamkom, zatim kroz mesto Sagart, a uključena je i poseta muzeju boksa i poseta zamku Spike (Spyker) i poluostrvima Jasmund i Vitov (Wittow). Na ovom mestu nalazi se 11 km duga peščana plaža. Sledeće mesto je Altenkirhen (Altenkirchen), zatim krajnja tačka Kap Arkona. Južnije na ovom turističkom putu, tačnije, 13 km južnije, nalazi se mesto Gingst u kome se nalazi muzej starih zanata.

Turistička ruta br. 6 (dužine 8 km) – poseta ostrvu Hidenze (Hiddensee)

Ovo uzano ostrvo predstavlja prirodnu branu protiv visokih talasa za ostrvo Rigen. Ovo ostrvo nazivaju i “sestrom ostrva Rigen”. Ostrvo je dugačko 16,8 km, a njegova širina iznosi 125 do 3.750 m. Na ovo ostrvo ne može se stići autom, jer postoji zabrana pristupa. Ovo ostrvo steklo je veliku popularnost jer je privuklo svet iz raznih oblasti – nauke, umetnosti, visoke mode. Još ranije ovde su se odmarali Albert Ajnštajn (Albert Einstein), Zigmund Frojd (Sigmund Freud), Tomas Man (Thomas Mann), Maks Rajnhard (Max Reinhardt) i mnogi drugi.

Još 1945. god. ovde je boravio poznati slikar Oskar Kruse. Ovo ostrvo ima u letnjem periodu veliki broj turista. Godišnja poseta iznosi preko 400.000 turista. Ovo ostrvo je 1990. godine proglašeno za nacionalni park. Na ovo ostrvo, najčešće dolaze individualci radi odmora, šetnji i vožnje biciklom, koje je jedino prevozno sredstvo na ostrvu.

Na ovom ostrvu nalaze se četiri manja turistička mesta i to: Šaprode (Schaprode), malo slikarsko mesto sa poznatom crkvom, zatim mesto Kloster sa crkvom i muzejom. Mesto Fite (Vitte) najveće je mesto na ostrvu, sa dugom peščanom plažom. Na celom ostrvu sav saobraćaj odvija se biciklom ili konjskom kočijama.

Literatura: Deutschland, grupa autora – 2000: Rugen-Hiddensee, Verlag Karl Baedeker Ostfildern, 2003.

2. Planinska turistička regija u Nemačkoj

Planine se mogu podeliti prema svom postanku, izgledu, morfološkoj evoluciji, dimenzijama, vegetacionom pokrivaču, fauni, teritorijalnom razmeštaju, raznovrsnim hidrološkim i hidrografskim objektima i sepenu turističke valorizacije. Zbog prostranstva, visine i pejzažne raznolikosti mogu biti posebna turistička vrednost. Planine zadovoljavaju izletničke, rekreativne, sportsko-manifestacione i zdravstvene potrebe. Pogodne su za odmor, oporavak i aktivnu rekreaciju. Turizam na planinama ima dve sezone: letnju i zimsku. Prema turističkim funkcijama planine mogu biti podeljene u sledeće grupe; planine - nacionalni parkovi, sportsko-manifestacione planine, kulturno-manifestacione planine i izletničko-rekreativne planine. (Dr Stanković, Stevan, Turizam u Jugoslaviji, Beograd, 1983.).

Planinska turistička regija – Švarcvald (Schwarzwald)

Planina Švarcvald u prevodu znači “Crna šuma”, a dobila je svoj naziv po veoma gustim šumama i zelenim pašnjacima, velikom broju potoka i planinskih dolina. Planina Švarcvald predstavlja danas sinonim sportskog, rekreativnog i banjskog turizma u nacionalnim i internacionalnim razmerama. Zahvaljujući stečenom imenu i renomeu u zdravstvenom turizmu, ovde je snimana i veoma popularna televizijska serija “Schwarzwald-Klinik”.

Prirodno-geografske karakteristike

Položaj planine Švarcvald

Švarcvald se nalazi u jugozapadnom delu Nemačke. Ona se prostire od grada Forchajm (Pforzheim) pa do Valdshuta (Waldshut) u gornjem toku Rajne u dužini od 160 km. Planina je na severu široka oko 20 km, a na jugu 60 km. Prema zapadu obuhvata gornje tokove reke Rajne, sa dolinama bogatim vodom. Doline Rajne su voćarski i vinogradarski reoni zbog blage klime. Prema istoku planina Švarcvald dopire do reke Nekar i Dunava.

Švarcvald – planina odmora i rekreacije

Planina je još u Rimsko doba bila poznata kao mesto oporavka i lečenja zbog blage klime i termomineralnih izvora. Na Švarcvaldu postoji veliki broj poznatih banja koje imaju internacionalni značaj. Najpoznatije su: Baden-Baden, Badenvajler (Baden-Weiler), Bad-Vildbad (Bad Wildbad), Bad Vilencel (Bad Liebenzell) i dr. Ove banje bile su poznate još u 18. veku, kada su u njih dolazili posetoci radi oporavka i lečenja od plućnih bolesti zbog čistog vazduha. Poslednjih godina planina Švarcvald je postala turistički poznata po sportskom turizmu, zabavi i rekreaciji. Mnogobrojne turističke aktivnosti vezane za zimske sportove, šetnju, planinarenje, vodene sportove, kao i nove ekstremne sportove, čine sastavni deo turističkih aktivnosti posetilaca.

Turističke rute planine Švarcvald

Najpoznatija turistička ruta planine je “Schwarzwald-Hochstrasse”. Ovaj put iznosi oko 200 km i ima oznaku “Bundesstrasse 500”. Ceo turistički put je označen znacima i prolazi kroz šumske i romantične doline Murga i Kicinga (Kinzing), od Frojndštata (Freundstadt) prema Raštatu (Rastatt). Na ovom turističkom putu nalazi se poznata svetska banja Baden-Baden.

Turističke ture i izletišta

1. Planinska ruta (Schwarzwald Hochstrasse) – Dužine je oko 60 km. Najpoznatija turistička ruta koja vodi od Baden-Badena do Frojndštata (Freundstadt). Ova ruta spada u najstarije i najlepše turističke pravce. Ovaj turistički put vodi na



Tipične seoske kuće u Švarcvaldu



Karta puteva planine Švarcvald

visinu od 600-1000 metara. Posetiocima se ukazuju lepi predeli planine, ispod koje se prostire dolina Rajne preko koje pogled stiže sve do planine Vogezi.



2. Poseta Elzasu (Francuska) – Turistička poseta malom mestu Elzasu, sa vinogradima i malim kafanicama.

3. Vinski put Badena – dužine 160 km (Schlemmerstrasse)

Ovo je poznata turistička ruta koja vodi kroz razna mala mesta u kojima se proizvodi vino. Ova turistička ruta duga je 160 km i vodi pored zamkova, ruina, starih građevina, a prolazi se i pored crkava i muzeja. Zanimljiva je jer kombinuje prirodne sa kulturnim sadržajima.

4. Poseta najvišem vodopadu Nemačke u Tribergeru (Triberger)

5. Turistička ruta Helental (Höllental) – dužine 9 km. Ovaj put vodi kroz strme predele planine i danas predstavlja najkraći put kroz planinu Švarcvald.

6. Turistički put kroz klisuru Vutan (Wutan) – dužine 13 km. Ovaj turistički put vodi ljubitelje prirode kroz zaštićenu prirodnu zonu sa preko 1200 različitih biljnih vrsta, preko 100 vrsta ptica i 500 vrsta leptira. Prolazak kroz klisuru predstavlja poseban doživljaj za ljubitelje prirode.

7. Turistička poseta jezerima Titize i Šluhze (Titisee und Schluchsee) – Jezero Titize leži na nadmorskoj visini od 858 m na šumovitim obroncima. Dugo je oko 2 km i široko oko 700 metara. Spada među najlepša jezera na planini Švarcvald. Drugo jezero – Šluhze – dugo je 7,5 i široko oko 1,5 km, dubina mu je 61 m. Kružne šetnje oko jezera (staza je duga oko 20 km) predstavljaju izvanrednu turističku rekreaciju. Ova jezera pružaju velike mogućnosti za kupanje, pevanje i bavljenje vodenim sportovima.

8. Severni deo Švarcvalda – Poznat je po svojim gustim šumama i pašnjacima i mestima Baden-Baden na zapadu, Kalvom (Calw) na istoku, Forchajmom na severu i Alpirsbahom (Alpirsbach) na jugu. Pored prirodnih lepota, severni deo Švarcvalda ima razvijen banjski i kulturni turizam.

9. Središnji deo Švarcvalda – Zapadni deo središnjeg Švarcvalda prostire se do reke Rajne sa brežuljcima pod vinovom lozom. Na istoku se nalaze izvori-

šta reke Nekar i Dunava. Tipičan izgled ovog kraja – kuće, njive i pašnjaci – privlačan je za turiste.

10. Južni deo Švarcvalda – Ovaj deo planine nalazi se na tromedi Nemačke, Fancuske i Švajcarske. Ovaj region je najtopliji deo Nemačke. Na ovom delu Švarcvalda nalaze se najviši vrhovi planine sa visinom od 1493 m. U ovom delu planine postoji veliki broj dolina na čijim stranama se nalaze vinogradi i voćnjaci.

Umetnost, kultura i manifestacije u području planine Švarcvald

1. Najveći “kuk-kuk” sat na svetu – Područje Švarcvalda ima dugu tradiciju izrade satova. Mnoge kuće, koje su napravljene u lokalnom stilu – sa “kuk-kuk” satovima, predstavljaju turističku atrakciju. Najveći od njih ima prečnik od 2,70 cm.

2. Zamak Hirsau – Izgradnja ovog zamka počela je 830. godine. Danas je u njemu smešten muzej u kojem je prikazan život kaluđera u prošlosti.

3. Seoski muzej “Vogstbauernhof” – U ovom selu, pretvorenom u muzej, može se videti život seljaka u 16. i 17. veku. Selo poseduje stare kuće, mlinove i strugare iz prošlosti, kao i slike iz života ljudi. Muzej spada među najposećenije seoske muzeje u Nemačkoj.

4. Evropski zabavni park – Spada među najveće zabavne parkove u Nemačkoj. Park pruža veliki broj atrakcija posetiocima; u njemu su napravljene veštački slapovi, održavaju se revije, radi variete, a nude se i simulacije letenja. Ovi zabavni parkovi namenjeni su mladima i familijama sa decom.

5. Manastir Bronbah (Kloster Bronnbach) – Ovaj manastir je osnovan 1151. godine i 650 godina predstavljao je kulturno središte ovog kraja. Danas se manastir nalazi pod zaštitom države kao značajan kulturno-istorijski spomenik.

Planina Švarcvald je planinski region Nemačke koji predstavlja afirmisanu turističku destinaciju. Ubraja se u izletničko-rekreativne planine. Mnogi gradovi nalaze se u neposrednoj blizini planine, kao značajni turistički disperzitivni. Veliki broj industrijskih gradova, kao što su Štuttgart, Minhen i Porchajm, nalaze se u neposrednoj blizini turističkih i banjskih mesta.

Dobra saobraćajna povezanost sa modernim međunarodnim putevima, železničkim prugama i aerodromima, predstavlja dobru osnovu za korišćenje turističkih sadržaja. Ova planinska i banjska turistička regija razvila se i na bazi prirodnih uslova koje ima ova planina. Tome su doprineli njen geografski položaj i turistička receptivna izgrađenost. Na području planine Švarcvald nalaze se gradovi koji pružaju mogućnost valorizacije kulturno-istorijskih spomenika. Na Švarcvaldu postoje delovi koji su proglašeni zaštićenim prirodnim sredinama, što ovo planini daje još veći turističko-rekreativni značaj.

Banje koje smo pomenuli, a koje se nalaze na području planine Švarcvald, pokazuju svu turističku multifunkcionalnost. Za ovu planinu moglo bi se reći da je istovremeno izletničko-rekreativna, sportsko-manifestaciona, kulturno-manifestaciona, i nacionalni park. Pored svih funkcija, ona još pruža mogućnost zdrav-

stvenog turizma. Zbog svih karakteristika koje ima planina Švarcvald, ona može biti poučan primer za razvoj planinskog i banjskog turizma kod nas, uz kombinaciju kulturne valorizacije prostora.

3. Banje kao centri zdravstvenog turizma

3.1. Rekreativne aktivnosti u banjskim turističkim mestima (KURORTE I HIELBADER)

Banje i prirodna lečilišta, imaju zdravstvenu funkciju. Banje i prirodna lečilišta imaju dugu tradiciju. Još Sari Rimljani uočili su i otkrili veliki broj mineralnih i termo mineralnih izvora i koristili u cilju lečenja. Zdaravlje prestavlja najveće bogastvo za svakog čoveka."Živeti dugo i srećno" postaje ideal svih ideala. Pojam zdravlja prema definiciji Svetske zdravstvene organizacije:" Zdravlje je stanje potpunog fizičkog, psihičkog i socijalnog blagostanja, a ne samo odsustvo bolesti i nesposobnosti".

Pored navedenog koriste se i lekovite vode bilo za piće ili za kupanje. Prema mišljenju stručnjaka čoveku je potrebno 2 litra tečnosti dnevno, od toga je poželjno da 0,6 l bude mineralna voda. Termalna kupatila sa slanom vodom koja sadrži više od 1,5 % soli u Nemačkoj se zovu slana kupatila. Ovakva kupatila regulišu krvni pritisak i popravljaju metabolizam. Pored vode, u banjama se koriste i razne vrste lekovitih blata koja povoljno deluju na opuštanje muskulature i zalečenje koštanih deformacija.

Knajp banje (Kneipp – Kur)

Ove banje dobile su ime po Austrijancu Knajpu. Upotreba lekovite vode igra veliku i važnu ulogu u opuštanju, promeni ishrane i regulisanju spavanja kod pacijenata. Navedena terapija, zajedno sa ambulantnim tretmanom u banji, predstavlja u Nemačkoj vrlo popularan vid banjskog turizma. Za ovu vrstu tretmana, da bi se postigli zadovoljavajući rezultati, potrebno je da se izvodi u trajanju od 3-4 nedelje.

Za kratak zdravstveno-turistički boravak preporučuje se:

- kupanje u termalnim vodama;
- sauna;
- razne vrste masaža;
- razne vrste kupki;
- vežbe opuštanja (autogeni trening, joga i terapija disanja).

Turističke ponude zdravstvenog turizma svakim danom su sve raznovrsnije. Uvode se nove tehnike masaže uz primenu raznih ulja, terapija mirisima i bojama. Sve ove nove tehnike izvode se pod stručnom medicinskom kontrolom.

U Nemačkoj postoji jasno određeno u zakonu šta se podrazumeva pod pojmom lekovita voda. Kod lekovite vode važni su sledeći parametri:



Jedna od mnogobrojnih sauna u gradu Celle i putni pravac do grada Cellea

- minimalna količina minerala na litar vode ne može biti ispod 1g;
- temperatura vode na izvoru treba da iznosi više od 20° C;
- jedan litar lekovite vode treba da sadrži najmanje 5,5 g natrijuma i 8,5 g hlorida po jednom litru.

Postoje razne vrste mineralnih voda koje su klasifikovane prema sadržaju minerala i drugih elemenata. Postoje:

- **gvožđevite vode** – takvim se smatraju one koje sadrže minimum 20 mg/l vode gvožđa u rastvorenom obliku;
- **jodne vode** – to su one koje sadrže minimum 1 mg/l joda;
- **sumporne vode** – sadržaj sumpora mora biti minimum 1 mg/l;
- **radonska voda** – sadrži 666 Bg/l vode;
- **kisele vode** – 1000 mg/l u vodi za piće i 500 mg/l u vodi koja se koristi za kupanje;
- **fluorne vode** – sadrže minimalno 1 mg/l fluora.

Prema navedenoj definiciji pojam zdravlja svata se šire od odsustva bolesti:

- Široku primenu u narodu kao celini.
- Širu mogućnost stimulacije u odnosu na životno doba.
- Širu mogućnost aplikacije u odnosu na zdravstveno stanje.
- Manji rizik povređivanja.

Korišćenje termalnih i termomineralnih voda ima dugu tradiciju i proteže se još iz antičkih vremena u 19. veku većina gostiju u lečilištima bio je paravan za mondensiki život, zabavu i modu a često najmanje za oporavak. Prirodna lečilišta i banje doživela su snažan razvoj posle Drugog svetskog rata. Pored drugih faktora tome je doprinela i medicina koja je pored kliničke medicine uključila i alternativne oblike lečenja.

Nakon toga prirodna lečilišta pored tradicionalnog načina pružanja lečilišnih kura morala je pratiti i moderna medicinska dostignuća a pre svega na području preventive i rehabilitacije. Povećanje životnog standarda, pogoršani uslovi na poslu, sveobuhvatnost zdravstvenog i socijalnog osiguranja zaposlenih i njihovih porodica bili su neki od faktora za aktiviranja banja i prirodnih lečilišta, koja je preko socijalnog osiguranja postala pristupačna svim društvenim slojevima.

Sa porastom turističkih kretanja (plaćeni godišnji odmor), banje i klimatska mesta privukla su i turističku klijantelu u cilju lečilišne -zdravstvene i rekreativne funkcije. Od tog vremena banje i lečilišta postala su istovremeno i značajni turistički centri.

Banje služe za lečenje određenih bolesti, a istovremeno služe kao prevencija u službi očuvanja zdravlja, odnosno imaju važnu ulogu u okviru zdravstvenog turizma i turističke rekreacije u objektima banja i klimatskih centara.

Prema hemijskom sastavu vode na izvorištima (Dr Stevan Stanović, "Turizam – zaštita i valorizacija", 2003) vrši podelu banja na banje sa:

- 1) alkalnim vodama;

- 2) zemno-alkalnim vodama;
- 3) murijatično-karbonatnim vodama;
- 4) sumporovitim vodama;
- 5) termo-mineralnim radioaktivnim vodama i
- 7) mineralnim i termalnim vodama.

Balneološka klasifikacija banja

Prema temperaturi vode, termomineralni izvori svrstani su u četiri grupe:

1. hladne mineralne vode = voda odgovara vodi za piće. Služe za flaširanje. Ppostoji veliki broj izvora u Nemačkoj. Standard je SPA.
2. Hipotermalne mineralne vode = njihova temperatura kreće se od 20 do 34o C.
3. Homeotermalne mineralne vode = sa temperaturom od 34 – 38° C.
4. Hipertermalne mineralne vode = njihova temepratura se odlikuje visinom od 38° C i više.

Pored vode, u banjama se koristi i mulj koji ima lekovita svojstva; često je reč o radioaktivnim blatima. Pored pružanja usluga lečenja, banje mogu imati veliki značaj u oblasti kongresnog turizma, kombinovanog sa rekreacijom. Pored zdravstvene (lečilišne) funkcije, banje mogu razvijati i ostale oblike turizma – rekreativni, sportski i kulturni. U navedenom delu dr Stanković ističe da se u banjama u Srbiji mogu razvijati razne vrste turizma – zdravstveni, kongresni, izletnički, kulturno-manifestacioni, sportsko-manifestacioni, kao i turizam lica trećeg doba.

Banje i prirodna lečilišta pored bolesnika odnosno rekonvalescenata u sve većoj meri okrenuta je i za privlačenje zdravog čoveka kome se nudi zdravstveni odmor, koji je neophodan zbog negativnih radnih i životnih uslova koje donosi savremeni život.

Od tog trenutka banje i prirodna lečilišta postaju i kvalifikovani centri rekreacionog turizma, čija ponuda pored korišćenja termomineralnih izvora pruža i široki spektar sportskih i drugih rekreativnih aktivnosti.

Najbolji primer za razvoj i aktiviranje banja i lečilišta za rekreacioni turizam je pored ostalog i Savezna Republika Nemačka.

Osnova za razvoj zdravstvenog turizma u prirodnim lečilištima i lečilišnim mestima predstavlja jedan od značajnih privrednih delatnosti. U cilju realizacije masovnog boravka u lečilišnim mestima. Nemačka vlada donela je niz zakonskih propisa u kojima je istakla mogućnost modernizacije banjskih mesta i celokupne prateće infrastrukture.

Zdravstveni turizam je kombinacija zdravstvene i turističke ponude, lečenje i rekreacija u prirodnim lečilištima doprinose i većoj produktivnosti rada a istovremeno preventivno utiče na čuvanje zdravlja stanovništva.

Poseta banjskim i prirodnim lečilištima mogu se nazvati i zdravstvenim turizmom. Danas banje termomineralni izvori i prirodna lečilišta igraju izuzetnu

ulogu u Nemačkoj, pored navedenih jer ima dobro izgrađenu turističku i medicinsku infrastrukturu. Prema statističkim podacima iz 1998. godine na poslovima zdravstvenog turizma bilo je zaposleno oko pola miliona ljudi.

Zbog mera štednje u zdravstvu broj prnoćišta u banjama i mineralnim lečilištima prethodne 1997. godine bio je opao za 18% a u sanatorijima za 26,2%.

Zbog programa štednje naročito su bile pogođene banje u bivšim pokrajinama DDR. U 1998. godini dolazi do blagog oporavka posete banjama i prirodnim lečilištima, da bi već u 1999. godini došlo do blagog povećanja od 5%. Zbog štednje učesnici zdravstvenog turizma uglavnom sami snose svoje troškove boravka.

Pored klasičnog zdravstvenog – rekreativnih usluga, banje i prirodna lečilišta proširuju svoje sadržaje iz oblasti kulture, raznih programa, kurseva predavanja itd.

Banje i prirodna lečilišta su mesta sa specifičnom klimom i prirodom uključujući i termomineralne i mineralne vode kao deo alternativne terapije. Prema vrednosti banja možemo ih podeliti na sa lekovitom vodom, specifičnom klimom potrebnim za oporavak ili pak hidroterapija kao jedan od metoda terapije za opuštanje i oporavak uključujući i zdravu ishranu i dijetu.

Prevenција i rehabilitacija su glavne karakteristike banja i prirodnih lečilišta. Podela banja je klasifikovana prema vrstama bolesti i njenim lekovitim svojstvima.

U Nemačkoj se sve banje i prirodna lečilišta podeljena na:

- banje sa mineralnom vodom i mineralnim blatom.
- Klimatska lečilišta.
- Morske lečilišta i banje
- Mineralni izvori

Mineralne banje i blato koriste se za lečenje i oporavak i to: srčanih oboljenja, krvotoka, problemi sa kretanje, bolesti organa za disanje, ženske bolesti, stomačna, crevna i oboljenja jetre, dečijih bolesti, kožnih oboljenja, oboljenja nervnog sistema, oboljenja očiju, opšte stanje slabosti i oporavak rekoalescenata.

Klimatska lečilišta:

- Bolesti disajnih organa.
- Bolesti srca i krvotoka, kožnih oboljenja.
- Oporavak nakon bolesti.
- Specijalni rekreativni treninzi.

Morska lečilišta i banje za lečenje hronična oboljenja disajnih organa, srčana oboljenja, kožna oboljenja, hronična oboljenja organa za kretanja, ženske bolesti, dečije bolesti i bolesti opšte iscrpljenosti.

Klimatska lečilišta (Orotherapie)

Klimatska mesta su odavno poznata kao mesta pogodna za oporavak organizma. U Nemačkoj dobijanje statusa klimatskog mesta postoje veoma stroge nor-

me za dobijanje statusa klimatskog lečilišta. Prema normativima klimatska lečilišta se najčešće nalaze na središnjim planinama i često se naziva "šumska klima", zbog toga što se ova prirodna lečilišta najčešće nalaze u šumskim zonama. Zona planina iznad 400 metara nadmorske visine ima terapeutsko dejstvo radi readaptacije odnosno rekovalescencije organizma.

Klimatske terapije stimulišu istovremeno sa prirodnim atmosferskim faktorima i to preko:

- Temperatura vazduha (ili temperatura mineralne vode)
- Vlažnost vazduha
- Pravac i brzina vetra
- Radijacija
- Hemiski faktor (aer-sol, količina kiseonika u vazduhu)

Klimatska terapija planina imaju stimulatívni značaj za oporavak i rekreaciju organizma. Koja utiče na stimulisanje disanje, cirkulacija (srce i krvotok) na metabolizam i poboljšanje ukupnog imuno sistema organizma. Koristeći klimatsku terapiju uključujući i razne fizičke vežbe, kretanje kao terapija, razne vrste masaža i hidro-terapiju predstavlja značajnu dopunu za oporavak organizma bilo kao preventiva ili kao oblik rehabilitacije.

Klimatske banje imaju i karakterističnu bio-klimu koja zavisi od lokalnih klimatskih faktora geografskog položaja, širine, dužine i visine klimatskog lečilišta. (Dr Maćejka, M. Milivoje (2003), Klima i njen zdravstveni značaj ubanjama Srbije.)

Baden-Baden

Ovo je banja sa svetskom reputacijom centar je zdravstvenog, sportskog i društvenog života. Banja poseduje najlepši kazino na svetu. Pored ostalog, poseduje i poznatu dvoranu za razne vrste kulturno-umetničkih programa sa izuzetno lepom galerijom.

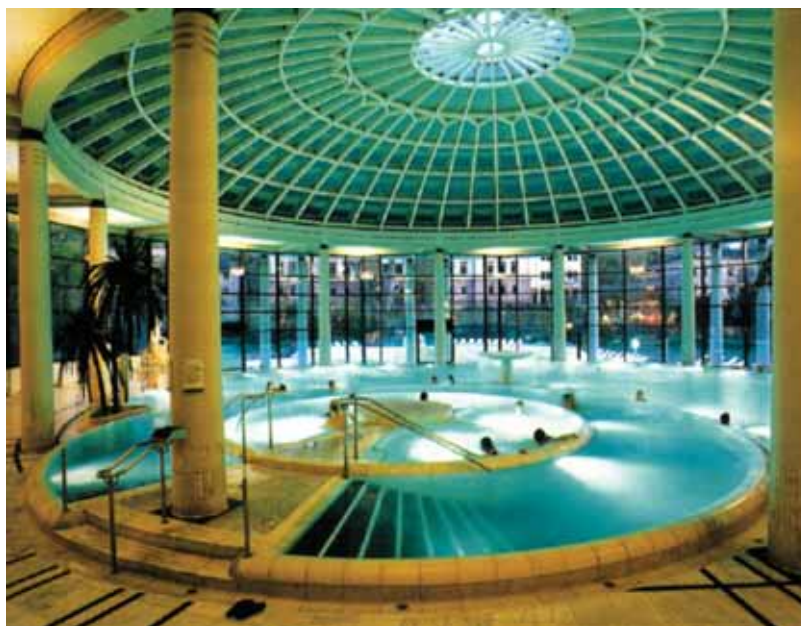
Banja, sa svojom termalnom vodom, spada među najlepše u Evropi. Baden-Baden banja je udaljena od grada Strasburga (Francuska) 24 km i od nemačkog grada Forchajma (Pforzheim) 60 km. Pored autoputeva, povezana je sa drugim mestima i železničkom prugom.

Prevod ponude iz hotela Baden-Badena – hotel "Best-Western Queens"

Hotel se nalazi u idiličnom parku u neposrednoj blizini banje i kazina.

Smeštaj

Hotel se sastoji od 121 sobe. Moderne hotelske prostorije raspoložu restoranom, garten-terasom, barom, liftom, prostorijama za dečju igru i parkingom. Hotel ima poseban smeštaj za kućne ljubimce (pse). Prenočište za pse u 2006. godini plaćano je 8 evra. U banji se plaća boravišna taksa. Mogućnost plaćanja može obaviti svim poznatim svetskim kreditnim karticama (World of TUI, Card/Visa,



Banja Baden - Baden

Amexco, Diners, Eurocard). Sobe su svetle i moderne, veličine oko 23 m², a raspoložu kablovskom televizijom, kupatilom, WC, aparatom za sušenje kose, kupaćim kostimom; postoje sobe sa balkonom, ili sa terasom.

Jelo – piće

Švedski doručak, ručak i večera prema izboru i dečiji meni.

Sport / Fitness (Fitness)

U cenu je uključeno: fitness-sprave za vežbanje, stoni tenis, štapovi za nordijske šetnje (Nordic Walking) i džoging (Jogging). Posebno se plaća iznajmljivanje bicikla, ulazak u banju i golf igralište.

Velnes (Wellness) – ono što je uključeno u cenu boravka: upotreba bazena za kupanje, sauna, ležaljke.

Usluge koje se naknadno plaćaju: korišćenje salona za lepotu (Beauty-Tempel), terapija bojama, masaža, kozmetika, aroma-terapija, terapija vrućim kamenčićima, upotreba mineralnih kada, čišćenje lica (Peelings) i frizerske usluge.

Ponuda banje

U ponudama se ističe potreba blagovremenog rezervisanja mesta u banji, uz odgovarajuće popuste, i ponekad idu i do 60 %. Deca do 11. godine života ne plaćaju boravak ukoliko se nalaze na odmoru sa roditeljima. Takođe samci, ili samice – sa detetom do 17 godina, dobijaju odgovarajući popust.

U modi su kratka putovanja u trajanju od 3-4 dana. Banja daje u turističkoj ponudi, za kratki boravak sledeće:

Program za kratki odmor: “Doživljaji Rouge et Noir”.

U cenu su uračunati:

- 2 prenoćišta, uključujući i doručak sa šampanjcem;
- 1x3 menija po izboru,
- 1x4 večera sa zabavnim programom,
- jedan aperitiv u baru,
- jedan ulazak u kazino Baden-Baden,
- jedan žeton za igru,
- jedna poseta bazenu sa termomineralnom vodom u trajanju od 2 sata.

Predviđena je mogućnost korišćenja soba sa jednim, ili dva kreveta.

Banja Baden-Baden ima dva termalna izvorišta, i to:

Caralla-Therme i Friedrichsbad-Therme. Banja se nalazi na severozapadnom delu Švarcvalda i ima dva termalna izvora (Caralla-Therme), koje imaju moderan izgled i drugi izvor (Friedrichsbad-Therme), koji ima klasičan izgled. Banja Baden-Baden dobro je saobraćajno povezana autoputem br. 51, kao i železnicom sa ostalim mestima u Nemačkoj. Posete banji traju čitave godine – a posebno je banja posećena u letnjem periodu. Boravak u banji u zimskom periodu može se kombinovati sa upražnjavanjem zimskih sportova.

Kod ove banje je posebno interesantno što postoji više termalnih izvora, čija voda ima različita terapeutska dejstva. Dnevna količina vode koja se dobija iz izvora iznosi 800.000 litara. Temperatura vode iznosi od 32-38° C.

Baden-Baden je svetska banja, ne samo po lekovitim svojstvima vode, već i po tome kako je sama banja uređena. Zdravstveni značaj banje ogleda se u pružanju usluga lečenja i rehabilitacije u slučaju:

- iscrpljenosti i malaksalosti organizma,
- kada postoji problem sa disajnim organima,
- kada postoje problemi na srcu i u krvotoku,
- problema sa kretanjem,
- kada je potrebno otkloniti ženske bolesti.

Banje kao centri zdravstvenog turizma

1. Bad Herrenalb (Bad Herrenalb) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 400-700 m i poznato je banjско i klimatsko letovalište, sa izuzetno bogatim šumskim i travnatim pokrivačem u sedam dolina koje se nalaze u neposrednoj blizini banje. Znamenitosti ovog mesta su manastir sa crkvom, stari mlinovi i seoski muzej. Ova banja udaljena je od banje Baden-Baden samo 25 km.

2. Bad Wildbad (Bad Wildbad) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 400-900 metara. Spada u poznate banje, sa puno turističkih sadržaja “Palais Thermal”. Udaljena je od grada Forchajma (Pforzheim) oko 23 km.

3. Bajersbron (Baiersbronn) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 550-1100 m i smeštena je u neposrednoj blizini grada Frojdenštata (Freudenstadt). Banja je poznata po folklornim i kulturnim predstavama. Za nju je karakteristična veoma dobra ponuda za rekreativne aktivnosti: šetnje, jedrenje, plivanje i ja-hanje.

4. Feldberg – Nalazi se na nadmorskoj visini od 1300-1500 metara. Ova banja je smeštena u prirodno zaštićenoj zoni južnog dela Švarcvalda, gde se nalazi i najviši vrh ove planine. Feldberg je idealno mesto za oporavak.

5. Frojdenštat (Freudenstadt) – Idealno je mesto za aktivan odmor i turističku rekreaciju. Posebno za sportski i kulturni turizam. Od zanimljivosti treba pomenuti da ima najveći trg u Nemačkoj.

6. Hajingen (Hayingen) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 660 m. Poznata je kao banja i klimatsko lečilište. Grad je bio poznat još u srednjem veku.

7. Hehenšvand (Höhenschwand) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 1015 m. Poznato je klimatsko lečilište i turistički centar. Ima bogat turistički sadržaj: pešačke staze, bazene za kupanje, teniska i golf igrališta, mini golf i druge sadržaje.

8. Mencenšvand (Menzenschwand) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 900-1350 m. Ovo mesto nalazi se na tromeđi između Nemačke, Švajcarske i Francuske. To je idilično turističko mesto na sunčanim padinama Švarcvalda. Udaljeno je od grada Frajburga (Freiburg) oko 30 km.

9. Nojhauzen / Šelbron (Neuhausen / Schellbronn) – Ovo mesto je veliki turistički centar u severnom delu planine Švarcvald. Ova banja i turistički centar nalaze se između gradova Štutgarta i Karlsruoa (Karlsruhe).

10. Nordrah (Nordrach) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 300-875 metara. Ova banja je državno priznata kao klimatsko odmaralište i oporavilište. Odavde se mogu videti tereni planine Vogezi u Francuskoj.

11. Titize (Titisee) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 850 m. Ovo je klimatska banja koja se nalazi pored velikog prirodnog jezera na Švarcvaldu. U njoj postoje velike mogućnosti za rekreaciju i oporavak.

12. Totmos (Todtmoos) – Nalazi se na nadmorskoj visini od 800-1200 metara. Ova banja je klimatsko letovalište u južnom delu Švarcvalda, gde su šume mešovite – listopadno-četinarske. Totmos je banjsko mesto sa poznatim parkovima i stazama za pešačenje. Banja ima brojne bazene za kupanje, uz koje idu i raznovrsni sadržaji: sauna, solarijum, teniska hala, mini-golf, sale za kuglanje, a postoji mogućnost za pecanje i planinarenje. Kuhinja ove banje je izuzetna i na veoma dobrom glasu zbog odličnog spremanja lokalnih specijaliteta.

13. Totnau (Todtnau) – Ovo mesto nalazi se na ušću rečice Feldberg, čiji je slap najviši na Švarcvaldu (voda pada sa visine od 1000 m). Poznati je turistički centar, a od grada Frajburga udaljeno je oko 20 km.

14. Triberg – Nalazi se na nadmorskoj visini od 600-1000 metara. Ovo mesto se nalazi u centralnom delu Švarcvalda i omiljen je turistički centar u Nemačkoj.

Sve navedene banje u Nemačkoj u funkciji su zdravstvenog turizma; sve u svojim programima primenjuju savremene terapije koje se koriste za preventivnu zdravstvenu zaštitu. Pored preventivne zdravstvene funkcije, u nemačkim banjama pružaju se i usluge rehabilitaciono-zdravstvenog karaktera. Pri tome se koriste savremeni medicinski aparati i razne terapijske metode (masaža, upotreba mineralnih voda i mineralnog blata i sl.). Svaka banja je u svoje programe uključila i sportske rekreativne aktivnosti – pešačenje, vožnju biciklom, planinarenje, sportove na vodi, izgrađena su razna sportska igrališta. U okviru banja postoje i saloni za lepotu, zatim, organizuju se kulturno-zabavni programi, što sve doprinosi da zdravstveni turizam ima stalni rast posete.

Smeštaj i ishrana za vreme godišnjeg odmora koji se provodi u banji ili u klimatskim lečilištima, uglavnom je hotelski, a postoji i banjski smeštaj – sanatorijumi ili smeštaj u turističkim odmaralištima i privatnim sobama.

U nemačkoj se korišćenje banja i termo-mineralnih izvora ponekad plaća i od strane socijalnog osiguranja. Posle reforme socijalnog i zdravstvenog osiguranja tokom 2004. godine, mnoge banjske usluge više nisu besplatne. Zbog toga je došlo do kratkotrajnog pada posete banjama i klimatskim lečilištima, ali uopšte uzevši, poseta ovim mestima se iz godine u godinu povećava.

Srbija i Crna Gora imaju velike mogućnosti za razvoj zdravstvenog turizma jer poseduju veliki broj banja i termo-mineralnih izvora. Modernizacija banja i saobraćajne infrastrukture je jedan od važnih zadataka koji nas očekuje u narednom periodu. Kao što se iz navedenih primera može uočiti, banjska mesta treba da uvođe nove metode prihvata i lečenja, kako bolesnih ljudi, tako i onih koji dolaze isključivo kao turisti, radi odmora i rekreacije. Aktivan odmor, uz uvođenje različitih rekreativnih sadržaja koji bi bili praćeni kulturno-manifestacionim sadržajima, spada u moderan pristup zdravstvenom turizmu. U okviru ovoga, edukacija kadrova i poboljšanje organizacije predstavljaće važne elemente turističke ponude.

Za popularizaciju banja važno je u medijima isticati vrednost zdravlja koje se može postići ili održati uz rekreativne aktivnosti. Poseta poznatih ličnosti (iz oblasti kulturnog i javnog života) mogla bi biti od značaja za popularizaciju banjskih i klimatskih mesta.

Pregled terapije

1. Akupunktura – tradicionalna kineska medicina. Podrazumeva zabadaenje igala na odgovarajuća mesta na čovekovom telu u cilju uklanjanja bolova koji potiču od išijasa, migrene i dr.

2. Anti-aging terapija. Sprovodi se uz pomoć i savete specijaliste iz oblasti sporta, fizioterapije, stručnjaka za ishranu, a sve u cilju oporavka i rekreacije organizma. Ova terapija naziv je dobila po profesoru Lunefeldu iz Tel Aviva.

3. Banjsko kupanje u mineralnoj vodi. Ono podrazumeva kupanje u toploj mineralnoj vodi, kao i korišćenje mineralnog blata, masaže, specijalne gimnastike, fizikalne terapije, zdrave ishrane i opuštanja.

4. Terapija kretanja. Izvodi se radi sticanja izdržljivosti. Koordinacija pokreta se takođe može postići ovom terapijom, a ona uključuje i razne vežbe za jačanje mišića. U ovaj trening uključene su i “Bodybuilding vežbe”.

5. Elektroterapija. Kod ove terapije koristi se električna struja malih frekvencija kao stimulator raznih grupa mišića na čovekovom telu.

6. Tehnike opuštanja. Stres je postao masovni problem savremenog čoveka, a svojim dugotrajnim delovanjem može dovesti do velikog broja psiho-somatskih oboljenja i to: glavobolje, bolova u leđima, depresije, problema sa koncentracijom, čira u želucu i dr. Kroz tehnike opuštanja i eliminisanja stresnih situacija ova terapija dovodi do psihofizičkog oporavka organizma.

7. Fango-terapija. Podrazumeva korišćenje mineralnog i radioaktivnog blata koje se u kesama donosi sa prirodnih nalazišta. Najveće efekte terapija blatom, u kombinaciji sa masažom, daje kod reumatičnih oboljenja.

8. “Pet Tibetanaca” (“Fünf Tibetaner”). Ovo je tajna metoda lečenja koja potiče sa Himalaja; to je genijalna metoda i sastoji se od pet različitih kretanja u cilju aktiviranja i korišćenja rezervi tela da bi se povećala njegova vitalnost.

9. “FX. Mayr-Kur” (FX. Majr-kura). Ovaj metod lečenja smislio je jedan austrijski lekar, a ona se sastoji u držanju specijalne dijete koja dovodi do čišćenja organizma, što doprinosi poboljšanju zdravlja i vitalnosti pacijenta.

10. Masaža refleksnih zona na nogama (Fussreflexzonenmassage). Ova terapija medicinski nije priznata, ali se ipak često koristi. Postoji jedna karta refleksnih zona; kada se ove zone masiraju dolazi do opuštanja i oslobađanja od napetosti.

11. Banjski post (Heilfasten). Sastoji se u korišćenju dijetalne ishrane (hrana je niskokalorična, a dnevni unos je oko 200 kcal). Tokom ove dijete unosi se velika količina tečnosti, a njen cilj je skidanje telesne težine i čišćenje organizma od otrova.

12. Terapija vrućim kamenčićima (Hot stone Therapie). U poslednje vreme postalo je moderno korišćenje vrućih kamenčića raznih boja u fizikalnoj terapiji. Ovaj metod koristi se pri masaži muskulature i to na bolnim mestima.

13. Fizikalna terapija (Physikalische Therapie). Ova terapija koristi se kod raznih funkcionalnih oštećenja eksteremiteta. Koriste se električne struje niske voltaže, gimnastičke vežbe sa hladnom i toplom vodom uz korišćenje podvodne masaže.

14. Dijetalna terapija (Reduktions-Diat). Veliki broj hotela i banjskih mesta preporučuje ovu vrstu terapije, čija dnevna kalorijska vrednost iznosi između 800-1200 kal. Dijeta kombinovana sa raznim gimnastičkim vežbama često dovodi do zadatog cilja. Ovaj program postaje sve popularniji kod turista.

15. Ozonska – kiseonik terapija (Sauerstoff – Ozon Therapie). Ova terapija koristi ozon (kiseonik) i dovodi do podsticanja rada imuno-sistema u organizmu. Koristi se kod dugotrajnog stresa i umora. Daje dobre rezultate.

16. Sauna. Upotreba saune najpre je bila poznata u Finskoj, a onda je brzo stekla popularnost u celoj Evropi. Koriste se specijalne prostorije napravljene

od drveta, koje se zagrevaju do temperature od 60-100° C. Prilikom tretmana u sauni kod pacijenta dolazi do snažnog znojenja i izbacivanja bio-otrova iz organizma. Ova terapija koristi se za aktiviranje imuno-sistema, poboljšanje cirkulacije u krvotoku i opuštanje mišića. Postoji nekoliko vrsta sauna:

1. *tepidarium* – sauna sa niskim temperaturama;
2. *caldarium* – inhalacija sa visokom vlažnošću vazduha i prosečnom temperaturom vazduha od 45° C;
3. *laconium* – sauna sa temperaturom u prostoriji od 55° C, koristi se za intenzivno preznojavanje;
4. *sanarium* (bio-sauna) – temperatura vazduha u prostoriji iznosi oko 55-60° C, a vlažnost vazduha je oko 55 %. Koristi se za aktiviranje krvotoka.

17. Terapija Liquid sound. Kupanje u specijalnim bazenima koji imaju za cilj da aktiviraju sva čula. Svetlo u boji, muzika, dočaravanje morskih talasa, prostor je sa sfernim krovom i zidovima sa slikama koje služe za opuštanje. Koristi se slana topla voda i sve navedeno čini karakteristike ove terapije. Cilj terapije je psiho-fizičko opuštanje.

18. Drenaža limfnog sistema (Lymphdrainagen). Ova metoda ima za cilj čišćenje “otpada” iz organizma kroz drenažu limfnih sudova. Ova metoda služi i u estetske svrhe u okviru beauty programa.

19. Slana terapija (Solebehandlung). Pod ovom terapijom podrazumeva se kupanje u kadama sa slanom vodom (čiji salinitet iznosi najmanje 1,5 %). Kupanje u kadama sa slanom vodom koristi se za lečenje reumatskih i neuralgijskih oboljenja. Takođe se koristi kod oboljenja kože i raznih prehlada.

20. Talaso-terapija (Thalasso-therapie). Talaso-terapija koristi lekovitost mora i lektovitost pustinjske klime. Ova terapija je prvi put uvedena 1930. godine u Francuskoj. Danas se veoma često koristi kao kombinacija sunca, morskih pejzaža i morske vode, uz korišćenje morskih algi. Koriste se razne forme, kao na primer, kupatila sa algama, kupatila sa aerosol inhalacijom i dr. Najveću primenu ova terapija ima kod estetskih terapijskih programa (Beauty-program) gde se prave maske za lice od algi u kombinaciji sa morskom vodom.

21. Knajp-kura (Kneipp-kur). Ova metoda dobila je ime po svešteniku Sebastijanu Knajpu (Sebastian Kneipp). Pored ostalih tradicionalnih metoda, ovde se još stavljaju lekovite biljke u kade za kupanje. Ova metoda koristi se u kombinaciji sa zdravom ishranom. Najviše se primenjuje kod rehabilitacije. Ovu metodu lečenja koriste mnogi hoteli u Nemačkoj.

22. Šrot-kura terapija (Schroth-kur Therapie). Začetnik ove metode lečenja je Johan Srot (Johann Schroth) koji je živeo u 19. veku. Terapija se sastoji iz 3 elementa: vlažno-vruća terapija, pića u toku “suvih” dana i specijalne dijeta. Koristi se najčešće za skidanje telesne težine kod gojaznih ljudi.

23. Podvodna masaža (Unterwassermassage). Ova masaža koristi se u specijalnim bazenima sa toplom vodom, ili u specijalnim kadama u kojima voda

pod pritiskom vrši funkciju masaže. Veoma se često upotrebljava za opuštanje posle dugotrajnog zamora.

24. Terapija uz korišćenje mineralnih voda za piće (Trinkkur). Mineralne vode, pored korišćenja za kupanje, koriste se i za piće u cilju lečenja raznih bolesti (stomačnih, bolesti bubrega itd.). Veoma su popularne u Nemačkoj. Mineralne vode mogu se kupiti u gotovo svim mestima, flaširane. Ova vrsta voda nalazi se pod strogom medicinskom kontrolom. (Jahns, Horst (2004), Gesundheitsurlaub in Deutschlands Heilthermen, Bielefeld, 2004.)

4. Turistički gradovi

4.1. Keln (Köln)

Ovaj grad nalazi se na nadmorskoj visini od 56 metara u nemačkoj pokrajini Severna Rajna – Vestfalija (Nordrhein-Westfalen). Prema popisu iz 2002. godine grad je imao oko 985.000 stanovnika i četvrti je po veličini grad u Nemačkoj. Reka Rajna protiče kroz Keln i deli grad na dva dela. Ona je najznačajnija reka Nemačke u privrednom i turističkom smislu.

Keln je važan saobraćajni, privredni, kulturni i turistički centar Nemačke. On je i sedište mnogih radio i TV-stanica (Deutsche Welle, WDR, RTL, VOX i VI-VA). U njemu ima preko 60 izdavačkih kuća, preko 200 štamparija, a u njemu dnevno izlazi 70 listova. U Kelnu se nalazi nekoliko saveznih institucija i veliki broj diplomatskih i trgovačkih predstavništava. To je stari univerzitetski grad sa velikim brojem viših i visokih škola i univerziteta. U Kelnu i okolini nalaze se velika industrijska preduzeća (fabrika automobila – Ford, kamiona – MAN, mašina, hemijska industrija i dr.).

Keln je važna međunarodna saobraćajna raskrsnica autoputeva, železničkih pruga i vazdušnih linija (aerodrom Keln /Bon). U njemu je veliki broj sportskih igrališta i hala za razne sportove (fudbal, košarku, hokej, tenis, jahanje i dr.). Zbog toga je Keln istovremeno i grad sporta. Visoka škola sporta u Kelnu ima svetsku reputaciju. Po broju muzeja i veličini izložbenog prostora u odnosu na broj stanovnika, Keln zauzima prvo mesto u svetu. On je i jedan od najvećih medijskih centara u svetu i sa značajnim kulturnim manifestacijama, svetski poznatim sajamovima i kongresima – predstavlja turistički veoma značajan grad.

Za vreme Drugog svetskog rata ovaj grad je bio gotovo potpuno uništen. Danas je to veoma lep i moderan grad. Prepoznatljiv je po svojoj čuvenoj katedrali (Dom), a poseduje i 12 crkava iz rimskog perioda, što mu daje posebnu kulturno-istorijsku specifičnost u međunarodnim razmerama.

Istorija grada Kelna počela je još u 1. veku nove ere. Svojevremeno bio je rimsko naselje i utvrđenje – Rimljani su ga nazivali “Colonia Claudia ara Agrippinensium” po kojem je i sam grad dobio današnji naziv.

Od 5. veka grad je bio pod vlašću Franačke države Karla Velikog. Posle grada Libeka, Keln je bio drugi grad u Nemačkoj koji je dobio status slobodnog trgo-



Panorama Kelna

vačkog grada (Hansa Stadt). Kamen temeljac za čuvenu Kelnsku katedralu postavljen je 1248. godine a konačno je završena 1880. godine. U 13. veku u njemu je izgrađen veliki broj crkava, od kojih su neke i danas u dobrom stanju. Zbog velikog broja crkava, Keln je nazivan "gradom crkava". Univerzitet u Kelnu osnovan je još davne 1388. godine. Grad je bio pod francuskom upravom od 1794-1815. godine. Posle 1815. godine potpao je pod vlast Prusa.

Kulturno-istorijski spomenici – Katedrala u Kelnu

Spada u najlepše i najviše gotske građevine u Evropi. Izgrađena je u gotskom stilu (kasnija gotika). Zbog lepote privlači veliki broj domaćih i stranih turista. U neposrednoj blizini nalazi se jedna od najvećih železničkih stanica u Evropi. Veliki trg i trgovačke ulice namenjene su samo za pešake, što grad čini atraktivnim za turiste.

Rimsko-germanski muzej

Nalazi se u neposrednoj blizini Katedrale, na velikom trgu. Ovaj, veoma savremeno opremljen muzej, bogat je muzejskim eksponatima koji potiču iz rimskog perioda i predstavlja važan kulturni objekat grada Kelna. U njemu su izloženi razni predmeti (od keramike, stakla, razno posuđe, nameštaj i sl.). Tu se nalazi i grobnica Pobiliciusa iz 1. veka nove ere, kao i Dionisov mozaik iz 2. veka nove ere.

Muzej Valraf-Riharc (Wallraf-Richartz) i Ludvig-muzej (Ludwig-Museum)

U ovom poznatom muzeju mogu se naći eksponati iz svih epoha i stilova. Ovde se mogu naći i svi avangardni umetnici 20. veka. Muzej raspolaže slikama velikih umetnika kao što su Pablo Pikaso i drugi značajni umetnici.

U Kelnu se nalazi i savremena i arhitektonski zanimljiva filharmonija sa 2000 mesta.

Stari grad (Altstadt)

On je jedan od turističkih atrakcija grada Kelna. nalazi se pored same reke Rajne. Stari grad sa crkvama, zgradama i trgovima datira iz srednjeg veka. U neposrednoj blizini nalazi se poznato šetalište pored Rajne. Tu je locirana i luka za turističke brodove. Treba pomenuti i Gradsku kuću, koja je za vreme Drugog svetkog rata porušena a danas je potpuno obnovljena. Stari grad sa mnogobrojnim restoranima i kafeima predstavlja turističku atrakciju. Grad je stecište poznatih umetnika, naučnika i poznatih ličnosti iz medija i poslovnog života. U Kelnu su živeli Lohner (Lochner), Rubens, Karl Marks, Žak Ofenbah (Jacques Offenbach), Konrad Adenauer, nobelovac Hajnrih Bel (Heinrich Boll) i dr.

Centar grada čini pešačku zonu u kojoj se nalazi mnoštvo prodavnica, restorana, kafea, što gradu daje pečat modernosti i dinamičnosti. Treba navesti i ve-

liki broj pozorišta od internacionalnog značaja, zatim muzej umetnosti istočne Azije i dr.

Keln ima veliki zoološki vrt i akvarijum, koji zajedno predstavljaju pravu atrakciju za decu i odrasle. "Media-park" u Kelnu jedan je od najvećih zabavnih parkova Nemačke, kao i akva-parkovi, koji čine dodatne turističke sadržaje. U Kelnu su veoma poznate zatvorene hale za razne vrste kulturno-zabavnih programa, koje imaju kapacitet od nekoliko hiljada mesta.

Znamenitosti u okolini grada Kelna

Na desnoj strani Rajne nalazi se Leverkusen, grad hemijske i farmaceutske industrije.

Šlebuš (Schlebusch)

To malo naselje poznato je po zamku u kome se nalazi veliki broj slika, grafika i skulptura. Zamak (Schoss Morsbroich) sagrađen je 1774. godine, a danas je pretvoren u muzej.

Bergiš-Gladbah (Bergisch-Gladbach)

Ovaj grad udaljen je od Kelna oko 15 km. Poznat je po muzeju zanatstva i rudarstva.

Altenburger dom (Altenburger Dom)

Ova katedrala iz 13. i 14. veka udaljena je oko 15 km od Kelna i poznata je po najvećim crkvenim prozorima u Nemačkoj. Katedrala stilski pripada čistoj rajnskoj gotici. U blizini se nalazi zabavni park za decu "park-bajka". Čitav ovaj prostor prekriven je šumama i pašnjacima i predstavlja omiljeno izletišta.

Zamak u Brilu (Schoss-Brühl)

Ovaj zamak nalazi se na 15 km udaljenosti od Kelna. Građen je u rokoko stilu, a 1984. godine proglašen je za svetsko kulturno dobro i nalazi se pod zaštitom UNESCO-a. U najbližoj okolini Brila nalazi se jedan od najvećih zabavnih parkova Nemačke. Park nosi naziv "Phantasia-Park". Inače, on je najstariji i najposećeniji park u Nemačkoj. U njemu ima mnogo atrakcija, pa je veoma je privlačan za jednodnevne izlete mladih i starijih građana.

Na primeru grada Kelna može se uočiti dobra valorizacija geografskog i turističkog položaja, tranzitne prednosti, turistička atraktivnost (bogatstvo u kulturno-istorijskim spomenicima, posebnim ambijentalnim celinama i dr.). Keln ima multifunkcionalnu ulogu, koja se ogleda u razvijenoj privredi, saobraćaju, kulturnom i kongresnom turizmu uz velike mogućnosti za izletnički turizam.

Zbog mnogih osobina koje ima Beograd, može mnoga iskustva preuzeti od Kelna. On je, takođe, važan saobraćajni čvor ovog dela Evrope. Ima mogućnost valorizacije svojih kulturno-istorijskih spomenika (Kalemegdan). Beograd je i grad velikih kulturnih manifestacija, koje bi trebalo ponovo afirmisati i na internacionalnom nivou.

Sportske aktivnosti, razna takmičenja i dr. pružaju Beograda velike mogućnosti za razvoj gradskog turizma. Izletnički turizam Beograda ima veoma dobru perspektivu. Pored toga, Beograd je grad na rekama, kao i Keln, što mu daje značajnu prednost, ne samo u prevozu roba, već i za razvoj izletničkog turizma – turistička plovidba na rekama. Između grada Kelna i Beograda postoje mnoge sličnosti, kada je u pitanju razvoj gradskog turizma.

4.2. Gradski centri kao turistička mesta

Turistička atraktivnost velikih nemačkih gradova značajna je i zavisi od njihovog geografskog i turističkog položaja, saobraćajne povezanosti, veličine i funkcije. Veliki gradovi često poseduju kulturno-istorijske spomenike, muzeje, pozorišta, koncertne i sportske objekte i sl. Sve ove potencijalne turističke vrednosti, za jedno sa privredom, čine pretpostavku za razvoj gradskog turizma. Veliki gradovi su često organizatori raznih sajмова i kongresa, što upotpunjava turističku ponudu grada. Kao primer turističkog grada u Nemačkoj navešćemo Keln (Köln).

Pored gore pomenutih banja u Nemačkoj, koje se nalaze na planini Švarcvaldu, postoji i veći broj gradova – turističkih destinacija. Ovde ćemo pomenuti neke.

1. Frajburg (Freiburg) – Ovaj grad ima 197.000 stanovnika. Nalazi se u pokrajini Baden-Virtemberg (Baden-Würtemberg) na nadmorskoj visini od 278 m. To je univerzitetski grad sa oko 24.000 studenata. Osnovan je u 11. veku. Važi za jedan od najlepših gradova u Nemačkoj. Ima veoma interesantnu arhitekturu, oko njega se prostiru idilična brda na kojima se gaje vinogradi. Grad obiluje kafanama i ekskluzivnim restoranima, ima veliko pozorište i niz malih umetničkih ateljea. Ima posebnu atmosferu, a naročito se to odnosi na stari deo grada, što sve zajedno ovaj grad čini veoma zanimljivim za turiste.

Od kulturno-istorijskih spomenika istakli bismo Markt-plac, koji potiče iz 1532. godine. Na njemu dominiraju tornjevi. U Frajburgu ima nekoliko muzeja, kao što su: Augustiner-museum, prirodnjački, narodni muzej i muzej savremene umetnosti. Frajburg je grad razvijenog gradskog turizma.

2. Ofenburg (Offenburg) – Ovaj gradić se nalazi na 20 km udaljenosti od Strasburga. Grad je 1689. godine doživeo požar. Ponovo je izgrađen na istom mestu tokom 17. i 18. veka. Od turističkih zanimljivosti pomenućemo baroknu gradsku skupštinu i jevrejsko kupatilo iz 14. veka.

3. Forchajm (Pforzheim) – Ranije je bio sedište grofova i nazivan je “Zlatnim gradom”. Grad ima oko 117.000 stanovnika i leži na nadmorskoj visini od

274 metra. Grad je dobio naziv "zlatni" zbog proizvodnje ukrasnih predmeta od srebra i zlata, koja je započeta još 1767. godine. Po izradi predmeta od zlata poznat je u svetu. Od ukupne proizvodnje predmeta od zlata u Nemačkoj, na proizvodnju u gradu Forchajmu otpada 70 %. Naziv je dobio od latinskog naziva "vicus Portus". Grad Forchajm je bio porušen u Drugom svetskom ratu. Danas je potpuno obnovljen i poznat je turistiki grad. Od kulturnih znamenitosti treba pomenuti zamak sa crkvom iz 11. veka. U ovom gradu postoji i muzej nakita, kao i fabrika dragog kamenja i nakita. Ne treba zaboraviti ni tehnički muzej i industriju satova i nakita. U znamenitosti ovog grada treba uvrstiti i gradski muzej, zatim zoološki i botanički vrt sa preko 5.000 biljnih vrsta.

Na 20 km udaljenosti od grada nalazi se malo mesto Maulbron (Maulbronn) sa manastirom koji je poznat u svetu, a 1993. stavljen je pod zaštitu UNESCO-a kao svetsko kulturno dobro. Ovaj manastir je izgrađen 1138. godine. Forchajm je grad turizma.

5. Zimski turizam

Pod zimskim sportovima podrazumeva se veliki broj sportskih aktivnosti na snegu i ledu. U 1994. godini u Nemačkoj je bilo skoro 7 miliona skijaša, a deset godina ranije bilo je samo 2,8 miliona ljubitelja skijanja. Ovo pokazuje snažan porast popularnosti zimskih sportova u Nemačkoj. Na porast popularnosti ovih sportova uticalo je povećanje životnog standarda, svest o njihovom rekreativnom i zdravstvenom značaju, kao i češći i kraći godišnji odmori. Prvo skijaško udruženje osnovano je 1985. godine u mestu Feldbergu na planini Švarcvald (Schwarzwald). Danas su zimski sportovi i rekreacija u turističkim centrima osnov zimskog turizma u Nemačkoj. U mestima, koja se nalaze na većim nadmorskim visinama na Alpima, postoji mogućnost bavljenja zimskim sportovima i u letnjoj sezoni. To predstavlja posebnu turističku atrakciju. Mnoga mesta u Alpima imaju dve turističke sezone - letnju i zimsku, što omogućava visok stepen iskorišćenja turističkih objekata.

Skijaški centri nalaze se na visokim delovima Srednjih planina, na planini Švarcvaldu i u Bavarskim Alpima. Ukupna dužina skijaških staza 1999. godine je iznosila skoro 480 hektara. Ukupna površina pod snegom na najvećim planinama iznosila je oko 420.000 hektara. Gradnja novih turističkih centara za zimski turizam nastavlja se, a posebno u istočnim delovima zemlje.

Od visine i dužine trajanja snežnog pokrivača zavisi i trajanje zimske turističke sezone. Za zimske sportove i rekreaciju potrebno je da tereni budu prekriveni sa najmanje 10 cm snega. Količina snega i visinske razlike na stazama za spuštanje igraju važnu ulogu kod alpskog skijanja. Na snegu se mogu izvoditi razne vrste turističko-rekreativnih aktivnosti, kao na primer: alpsko i nordijsko smučanje, trčanje na skijama, sankanje, bob i mnogi novi sportovi na snegu. Poslednjih godina se primećuje da je sve manje snega na planinama, a i sam snežni pokrivač kraće se održava na tlu. Ova pojava posledica je promene klime na Zemlji, što ima odraza i na zimski turizam u Nemačkoj. Za razvoj zimskog turizma

igra ulogu i jeftin avio-prevoz za turiste. Inače, karakteristično je za zimske sportove i odmor u zimskim centrima, da oni spadaju u red skupljih turističkih aranžmana.

Zimski sportovi zahtevaju posebnu opremu i infrastrukturu, koje se - uglavnom - ne mogu koristiti u letnjim mesecima. Zato je ulaganje u ove objekte povezano sa određenim ekonomskim rizikom, jer je period eksploatacije tokom godine kratak i pitanje isplativosti ulaganja uvek je pod znakom pitanja. Mnogi centri, pored ski-liftova i velikog broja skijaških staza, imaju i izgrađene hale za skijanje na ledu. I pored nekih ograničenja i problema (skupoća aranžmana, rizik pri investiranju), skijaški sportovi su postali masovni. U vezi sa zimskim sportovima mogu se čuti i kritički tonovi ekologa, koji upozoravaju da se prilikom izgradnje ski-liftova i pista za spuštavanje uništava šumski pokrivač i vegetacija. Zbog smanjenja površina pod šumama dolazi do povećane erozije zemljišta, što omogućava nastanak poplava u sezoni topljenja snega.

Pored ovih, gore navedenih problema, koji su vezani za zimski turizam i zimske sportove, postoje i drugi na koje upozoravaju neki stručnjaci (Badernia, 1997). Ta upozorenja se odnose na izgradnju velikog broja hotela turističkih centara i infrastrukture potrebne za zimski turizam. Masovni turizam, praćen raznim ekološkim problemima, predstavlja negativnu stranu zimskog turizma.

5.1 Zimski turistički centar u Bavarskoj (Freistadt Bayern)

Po površini, Bavarska je najveća pokrajina u Saveznoj Republici Nemačkoj. Veličina njene teritorije je 70.545 km² i u njoj živi oko 12 miliona stanovnika. Gu-



Karta zimskih turističkih centara u južnoj Nemačkoj

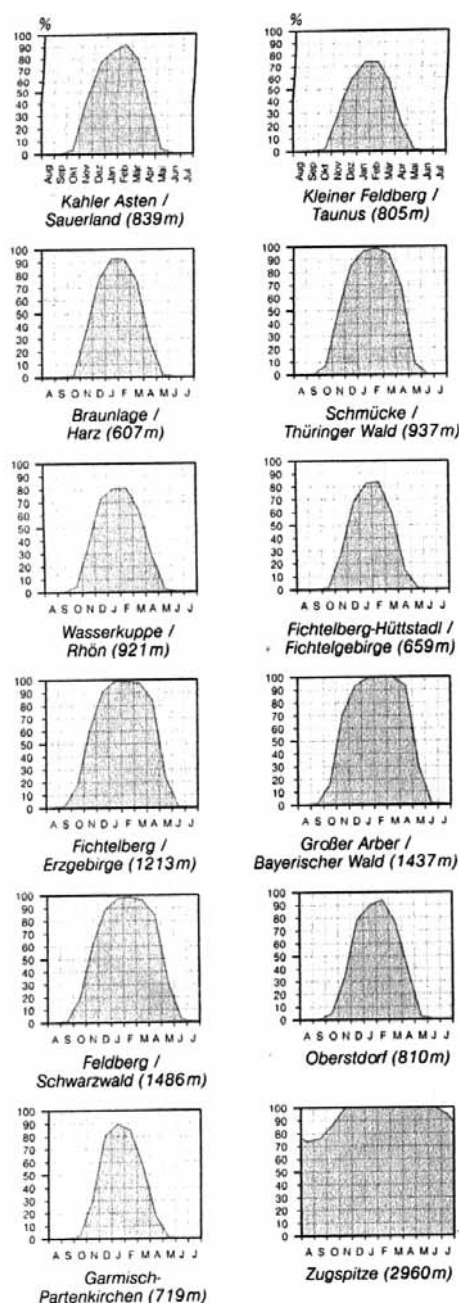
stina naseljenosti iznosi 170 stan./km², prosečno. Glavni grad Bavarske je Minhen, koji ima oko 1,3 miliona stanovnika; treći je grad po veličini u Nemačkoj. Bavarsko stanovništvo ima najviši standard u Nemačkoj. U Bavarskoj su razvijene gotovo sve privredne grane. Ona je poznata i kao turistička pokrajina u kojoj su razvijene skoro sve vrste turizma. Bavarska je pokrajina je najbogatija šumama - skoro 35 % teritorije nalazi se pod šumama. Zbog svega toga bavarske šume su proglašene za bio-rezervat i predstavljaju model zaštite šuma u regionu (šumski regioni Bavarske nalaze se pod zaštitom UNESCO-a).

Najpoznatiji zimski turistički regioni Bavarske su:

- 1) Šlirze (Schliersee),
- 2) Tegerze (Tegensee),
- 3) Himgau (Chiemgau),
- 4) Berhtesgadener land (Berhtesgadener Land),
- 5) Cugšpice (Zugspitze),
- 6) Bavarska šuma (Bayerische Wald),
- 7) Franačka šuma (Frankenwald),
- 8) Algoj (Allgay).

5.2 Zimski turistički centar Algoj

Ovaj zimski turistički centar predstavlja raj za ljubitelje zimskih sportova. Algoj sa svojim planinskim vrhovima i šumama pod snegom predstavlja idealno mesto za sve vrste zimskih aktivnosti (alpsko i nordijsko skijanje, sankanje), uz prateće sadržaje, kao što su zabava u zatvorenim bazenima (kupanje, igra) i razni kulturni sadržaji. Visoki Algoj (Oberallgäu) poseduje piste, u različitim varijantama, koje se koriste za skijanje. Ovaj centar ima 135 liftova, 15 km staza za skijanje na veštačkom snegu. Na planini Algoj nalazi se veliki broj turističko-skijaških centara. Ovde ćemo pomenuti samo jedan od mnogih - Oberjoh.



Izabrana skijaška mesta

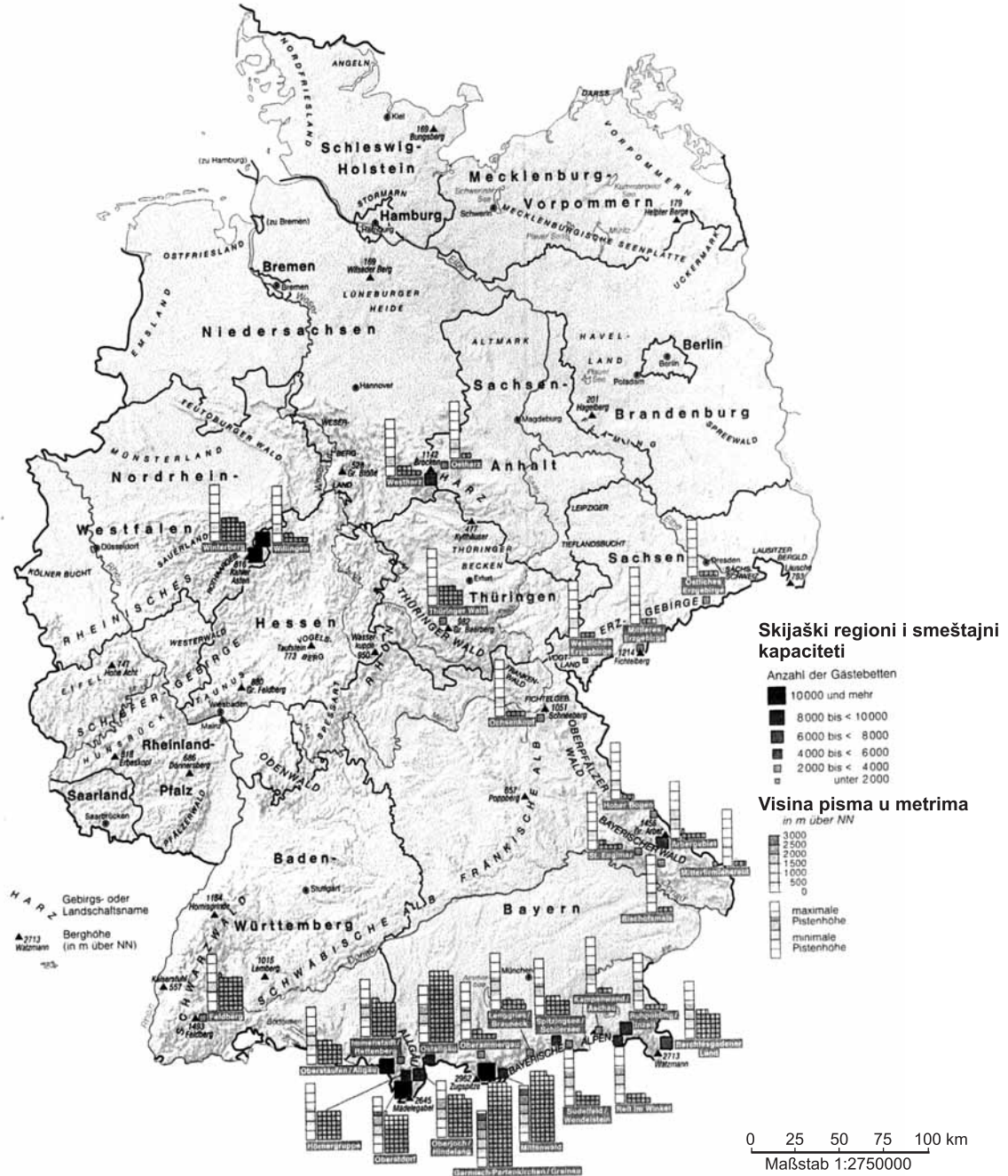
5.3 Oberjoh (Oberjoch)

Oberjoch je planinsko mesto koje se nalazi na najvećoj nadmorskoj visini u Nemačkoj (1850 m). Mesto je smešteno na planinskoj zaravni, koja je u zimskim mesecima dobro osunčana. Skijaškim stazama je direktno povezano sa austrijskom provincijom Tirol. Svi hoteli u Oberjohu imaju potrebne sadržaje za sportove na snegu, velnes (wellnes) i fitness (fitness) programe. Svaki hotel ima zatvorene bazene koji se u zimskoj sezoni koriste za kupanje, kao i zatvorene sportske hale za razne sportove (tenis, kuglanje, mini-golf i dr.). U hotelima se organizuju kursevi za razne vrste sportsko-rekreativnih aktivnosti (kurs plivanja, tenisa, škola skijanja). Zabavni noćni život (muzika i razni zabavni programi) dopunjavaju program za rekreaciju i razonodu. U Oberjohu postoje i saloni za razne vrste masaža, ali i saune (aroma- i bio-), termalni bazeni za kupanje (temperatura vode 36° C), bazeni sa parom i drugi sadržaji.

Zimski turistički centri u Nemačkoj kombinuju različite sportske aktivnosti sa raznim kursevima, kupanjem u termalnim bazenima, uz organizaciju zanimljivog i bogatog noćnog života, što zajedno dovodi do toga da je njihova ponuda na tržištu veoma privlačna za turiste.



Skijaški tereni



Skijaški centri u Nemačkoj 1999 godine

6. Turistička rekreacija na jezerima

6.1 Najpoznatija turistička jezera Nemačke

U Nemačkoj postoji veći broj jezera koji su u funkciji turizma i turističke rekreacije. Nemačka jezera nalaze se rasprostranjena na celoj teritoriji Nemačke, ali samo neka od njih imaju izuzetnu turističku vrednost.

Na jezerima se odvijaju različite vrste rekreativnih aktivnosti i prema sadržajima mogu da budu jedan dobar primer i za našu zemlju.

U toku letnje sezone na jezerima se vrše raznovrsne sportske aktivnosti kao što su kupanje, jedrenje, surfovanje, veslanje itd. Najpoznatija turistička jezera su:

- jezero Raceburg (Ratzeburger See)
- jezero Šveriner (Schweriner See)
- jezero Štajnhuder (Steinhuder See)
- jezer Van (Wannsee)
- jezero Bige (Biggensee)
- jezero Altmul (Altmuhlsee)
- Bodensko jezero (Bodensee)
- “pet jezera” (Fünf-Seen-Land)
- jezero Himen (Chiemsee)
- Kraljevsko jezero (Konigssee)
- ostala jezera

Raceburg-jezero

Pripada tipu jezera koji je proglašen za nacionalni park. Sastoji se iz 14 manjih jezera sa lekovitim blatom. Površina ovog jezera zajedno sa prirodnim parkom iznosi 440 km i ono spada među najvažnija jezera Šlezvig-Holštajn. Kao prirodni park je proglašeno 1960. godine. Površina jezera iznosi 80 km². Vodena površina sačinjava deseti deo nacionalnog parka. Ono predstavlja mesto za odmor, za porodice sa decom sa svim rekreativnim sadržajima (šetalište, pecanje, veslanje, surfovanje itd.). Pored sportskih rekreativnih aktivnosti jezero pruža i kulturne sadržaje. Najpoznatiji je Raceburška katedrala (Ratzeburger Dom) podignuta 1154. godine koja pripada staro-romanskom stilu. Jezero se nalazi na autoputu A1 (Hamburg-Libek).

Šveriner-jezero

Obuhvata površinu od oko 60 km² vodene površine. Ono je četvrto po veličine jezero u Nemačkoj. Najpoznatiji kulturno-istorijski spomenik je Dom Svete Marije, visok 117,5 m (slika).



Bodensko jezero sa ostrvom Mainau

Pokrajina Meklenburg se naziva pokrajinom od 1000 jezera a Šverinersko jezero je jedno od sedam jezera koje se nalaze u neposrednoj blizini. Ovo jezero ima turistički značaj sa svim rekreativnim sadržajima. Treba napomenuti da ovo jezero predstavlja prirodni park ptica.

Štajnhuder-jezero (Steinhuder See)

Ovo jezero obuhvata površinu od 30 km² i ima dobru povezanost sa severnim gradovima Nemačke. Ono se nalazi 30 km udaljeno od Hanovera. Ovo prijatno i slikovito jezero okruženo sa šumama bilo je grofovsko mesto u 18. veku. Ovo jezero je poznato što se od kraja marta do sredine oktobra održava 50 nemačkih i internacionalnih jedriličarskih takmičenja. Do jezera je najbolje doći sa autoputom A2 Hanover-Dortmund. Ovaj prirodni park poseduje i 500 ha zaštićene zone za zaštitu ptica.

Van-jezero (Wann See)

Van-jezero spada među najveća turistička jezera koja se koriste za kupališni turizam. Nalazi se u neposrednoj blizini Berlina, glavnog grada Nemačke a njegov značaj je porastao poslednjih godina. Prvi turistički objekti izgrađeni su 1874. godine, a danas je povezano sa lokalnom železnicom sa Berlinom. Jezero poseduje dužinu plaže od 1,5 km i širinu od 80 m. Spada među najposećenija jezera u Nemačkoj, sa 40000 posetilaca godišnje.

Bige-jezero (Bige See)

Ovo jezero se nalazi u Zauerlandu i veoma je značajno jezero za rekreaciju stanovnika iz Ruske oblasti. Ovo jezero je poznato po mnogobrojnim turističkim sadržajima namenjenim šetačima kroz šumovite predele i zamkove. U neposrednoj blizini nalazi se stari trgovački grad Olpe. Poznato je po tome i što je izgrađena najveća brana Vestfalije. U okolnim selima živi oko 2550 ljudi. Površina jezera iznosi 876 ha, a dužina jezera oko 20 km.

Značaj ovoga jezera je što se nalazi u neposrednoj blizini velikih nemačkih gradova, kao što su Keln, Dizeldorf, Dortmund i ostalim gradovima u Ruskoj oblasti. Ovo jezero pruža velike mogućnosti za odmor. U neposrednoj blizini jezera je izgrađeno specijalno turističko selo gde se održavaju razne folklorne igre.

Altmul-jezero (Altmuhl See)

Altmul-jezero ima površinu od 4 km², sa maksimalnom dubinom od 2,5 m i pruža široke mogućnosti za rekreaciju u prirodi. Naročito je značajno za izletnički turizam i za sportsku rekreaciju. Jezero je svojim sadržajima namenjeno za odrasle i decu.

U neposrednoj blizini jezera postoji veliki broj restorana i hotela sa izgrađenim golf igralištima, zatvorenim bazenima, kuglanom, kao i za ostale sportove

na vodi. Ovo jezero spada u zaštićene prirodne zone u kojima se posebno obraća pažnja na zaštitu biljnog i životinjskog sveta. Na jezeru se nalazi ostrvo veličine od 120 ha na kome se nalazi 260 vrsta ptica. Ovo jezero je značajno za vodeni turizam.

Bodensko jezero (Boden See)

Bodensko jezero je najveće jezero u Saveznoj republici Nemačkoj, čini granicu između Austrije i Švajcarske i predstavlja veliki turistički značaj za sve tri zemlje. Sa prijatnom jezerskom klimom, izgrađenom infrastrukturom i neposrednom blizinom visokih planina, uključujući i kulturno-istorijske spomenike, arhitekturu, pozorišta, predstavljaju posebnu atrakciju. Na Bodenskom jezeru nalazi se više manjih gradova i među njima najveće mesto je Konstanc sa 75000 stanovnika. Konstanc je poznat univerzitetski centar u ovom delu Nemačke. Ovaj grad se nalazi na samoj granici Nemačke i Švajcarske. Ostala veća mesta su: Friedrichshafen, Mersburg, Lindau i dr. Od turističkih zanimljivosti značajno je istaći ostrvo Majnau sa poznatim zamkom i botaničkim parkom. Veoma je značajan za posetioce iz Minhena i Štutgarta.

“Pet jezera” (Fünf-Seen-Land)

Ovih pet jezera koje čine jednu celinu nalaze se u Bavaskim alpima. Jezera su okružena šumama, starim manastirima i predstavljaju najposećenija jezera u Nemačkoj. Ova jezera su veoma zanimljiva za vodene sportove. Pored vodenih sportova, izgrađeno je preko 200 km putnih staza za pešačenje. U neposrednoj



Pogled na Kraljevsko jezero (Königssee)

blizini nalazi se veliki broj zankova, vila itd. Najpoznatija su jezera Starnberg sa dužinom od 21 km i Himen-jezero kao drugo po veličini jezero u Bavarskoj. Sva ova jezera su saobraćajno povezana sa Minhenom i Štuttgartom.

Posebna interesantnost ovog jezera je i zamak starosti preko 1200 godina i predstavlja drugi po veličini u Bavarskoj. Ovo jezero je izuzetno popularno za turizam i predstavlja kultno mesto za stanovnike Minhena.

Kraljevsko jezero

Ovo jezero pored prirodnih lepota predstavlja i mesto okupljanja umetnika. Nalazi se na visini od 600 metara na autoputu Minhen-Salzburg. Obuhvata površinu oko 210 km². Razvijeni su svi turističko-rekreativni sadržaji. Još Aleksandar Humbolt kao stalni posetilac ovog jezera otkrio je prirodnu lepotu. Sva jezera u Nemačkoj predstavljaju izuzetne turističke destinacije o kojima je već bilo reči kada se obrađivala turistička rekreacija.

Jezero Himze (Chiemsee)

U Nemačkoj postoji veliki broj jezera, koja su različita po postanku, veličini, turističko-geografskom položaju u odnosu na disperzivne centre, a razlikuju se i po svojim fizičkim i hemijskim osobinama.

Od mnogobrojnih jezera u Nemačkoj, ovom prilikom pomenućemo jezero Himze, koje se nalazi u Bavarskoj. Položaj ovog jezera je idealno postavljen u odnosu na najvažnije saobraćajne pravce koji vode prema velikim gradovima koji su i veliki emitivni centri.

Inače, locirano je jugoistočno od Minhena. Površina mu je 82 km² i najveće je bavarsko jezero, zbog čega ga često zovu "Bavarsko more". Obim jezera iznosi 60 km, a najveća dubina je 73 m. Jezero je dobro povezano autoputem kao i ostalom putnom mrežom u zemlji. Pruža velike mogućnosti za upražnjavanje vodenih sportova (kupanja, jedrenja, surfovanja i dr.).

Veći deo prirode u najbližoj okolini jezera je pod zaštitom i proglašeno za prirodni park. Na jezeru se nalaze tri ostrva (Muško, Žensko i ostrvo Klosterse). Oko samog jezera izgrađena je biciklistička staza dužine 55 km. U neposrednoj blizini jezera nalazi se preko deset sela pod zaštitom države. Najznačajnije naselje u bližoj okolini jezera je Prier, koje je istovremeno i mala luka za 14 brodića, čiji je ukupni kapacitet 5500 putnika. Ovi brodići vrše prevoz putnika na ostrva radi razgledanja.

Na Ženskom ostrvu nalazi se manastir; a na Muškom ostrvu izgrađen je veoma lep zamak koji je kopija zamka u Versaju. Zamak je izgradio kralj Ludvig II. U neposrednoj blizini uzdižu se planinski venci sa najvišim vrhom od 1669 m. Kvalitet jezerske vode je veoma dobar; kontrola kvaliteta vode se stalno vrši.

Veliki broj turista iz industrijskih gradskih centara rado provode svoj odmor na jezeru. Ono je naročito omiljeno kao letovalište za porodične ljude. Vožnja brodom do Muškog ostrva, da bi se posetio zamak i razgledao, traje oko 1-2



Jezero Himse (Chimsee)

sata. Ovaj zamak je sagrađen 1878. godine a danas je pretvoren u muzej. U jednom od krila zamka nalazi se sala u kojoj je 98 metara duga galerija sa ogledalima.

Do Ženskog ostrva brodićem se putuje između 1 i 2 sata. Manastir na ovom ostrvu je iz 8. veka. Šetnja ostrvom je veoma interesantna zbog hortikulture dekoracije.

Treće, i najmanje ostrvo je Klosterkirchen na komu se nalazi manastir sa crkvom iz 11. veka. Ova crkva spada među najstarije u Bavarskoj. U neposrednoj blizini manastira nalazi se muzej.

U malim mestima pored jezera Himze, u letnjem delu godine održavaju se razne proslave (Markt-Fest) – u avgustu; lučka proslava je krajem jula, i mnoge druge, koje značajno obogaćuju turističku ponudu. U mestima oko jezera postoji nekoliko veoma posećenih muzeja. To su: muzej automobila i seoski muzej. U tim mestima moguća je i poseta manastirima i crkvama. Veliki broj pešačkih i biciklističkih staza, u kombinaciji sa mogućnošću praktikovanja ostalih sportskih aktivnosti, čine ovo jezero turistički veoma privlačnim i posećenim. Prostor pored jezera, zbog čistog vazduha, služi i kao vazдушna banja.

7. Turizam na vodi (Wassertourismus)

Turizam na vodi predstavlja jednu od najatraktivnijih turističkih aktivnosti u Nemačkoj. Turizam na vodi - rekama i jezerima, naglo je porastao od 1990. godine. Taj porast se odrazio na bivše istočnonemačke pokrajine - Berlin, Brandenburg i Meklenburg-Forpomern. Dužina rečnih puteva skoro iznosi 7.500 km, a sa kanalima oko 10.000 km. Vodeni sportovi predstavljaju u Nemačkoj važnu granu turističke privrede sa oko 500.000 zaposlenih.

Turizam na vodi predstavlja važnu granu turizma koji utiče na novo zapošljavanje. Naročito je došlo do povećanja prodaje motornih brodova i čamaca, uključujući i jedrilice na vodi. U Nemačkoj je registrovano preko 300 kanu-klubova, koji su u funkciji turizma. Nemačko udruženje za prvu vodu vodenih sportova (Der Bundesverband der Wassersportwirtschaft e.V.) navodi da ima oko 5 miliona registrovanih članova. Turistički brodovi "Bela flota" imaju međunarodne kružne ture na reci Rajni, Dunavu, Labi i Odri. Na osnovu podataka Statističkog zavoda za pomorstvo iz 1999. godine, Nemačka je imala 698 turističkih brodova sa kapacitetom od 182.000 mesta. Prema statistici, za poslednjih deset godina došlo je do povećanja broja turističkih brodova za 50 %.

7.1 Pomorski turistički saobraćaj

Pomorski turistički saobraćaj svake godine od 1998. godine pozitivno se razvija. Turistički pomorski saobraćaj doživljava ekspanziju u čitavoj Evropi, a posebno u Nemačkoj, sa 8,1% a, što predstavlja enormno povećanje putnika u turističkom saobraćaju na morima i okeanima.

Posebno su omiljena kružna putovanja sa izuzetnim turističkim brodovima, hotelima, ali se može reći i malim gradovima na vodi. Samo u prvoj polovini 1990. godine uvedeno je 41 kružno putovanje brodom. Severno more (Baltičko more – kružna putovanja imali su veliki porast turista koja su vodila na kružno putovanje do Karipskih ostrva. Ovo kružno putovanje bilo je na prvom mestu za interesovanosti.

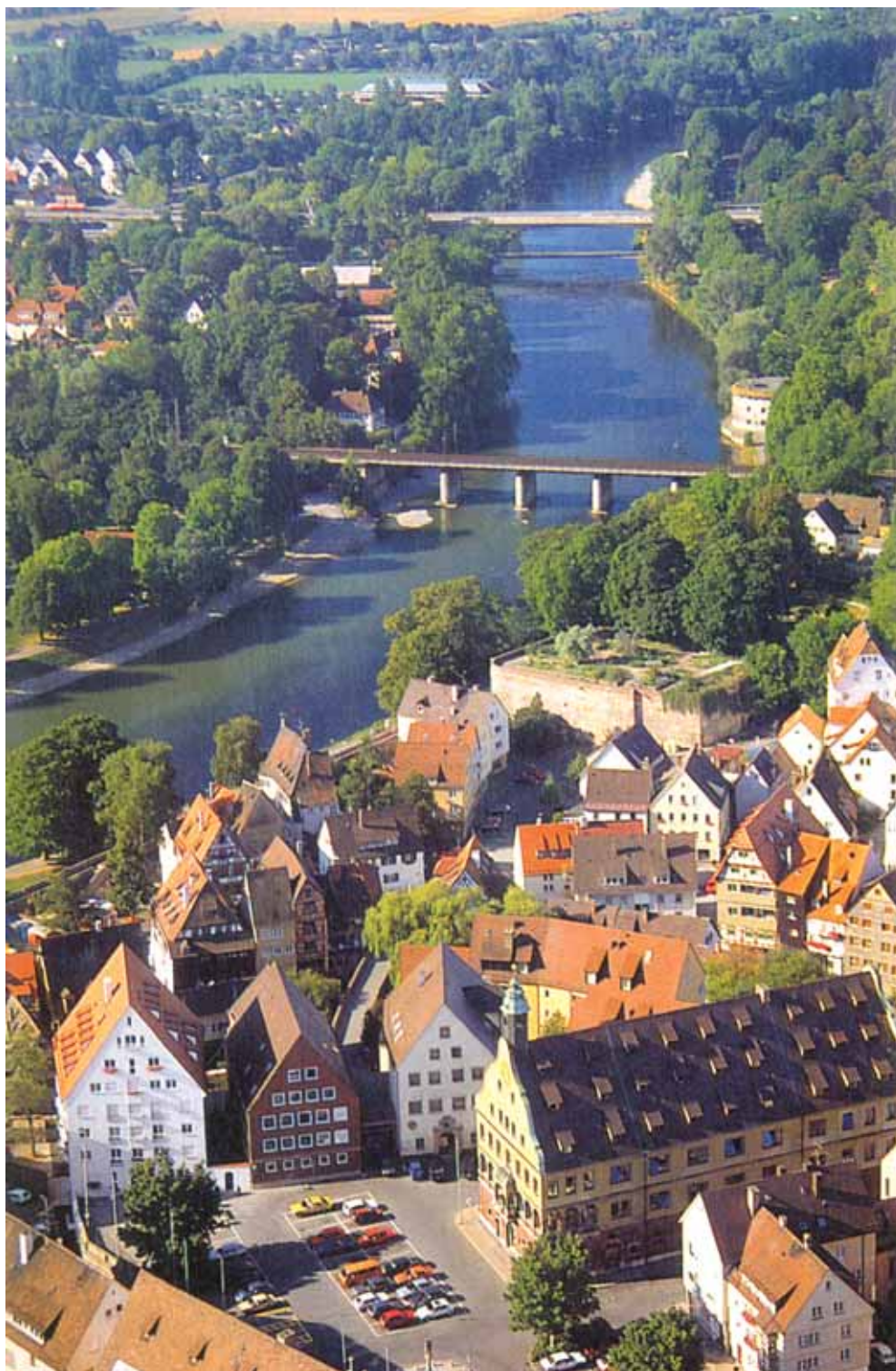
7.2 Rekreacija na rekama

S obzirom da SR Nemačka izlazi na dva mora Severno i Baltičko more kao i da poseduje veliki broj plovnih reka i jezera s jedne strane; a s druge strane visok životni standard i potreba za rekreacijom na vodi. Nemačka ima razvijene gotovo sve rekreativne aktivnosti na vodi. Razvoj sportsko-rekreativnih aktivnosti na vodi dobio je još snažniji impuls posle ujedinjenja Nemačke.

Vodeni putevi u Nemačkoj iznose oko 7.5 hiljada km dužine, ako se uključe plovni putevi na jezerima i kanalima plovni putevi dostižu dužinu od 10.000 km. Po dužini vodenih puteva Nemačka spada među najatraktivnije u Evropi. Turizam na vodi prema statističkim pokazateljima predstavlja važan turistički segment ponude i potražnje. Razvoj sportova i rekreativnih aktivnosti na vodi čini i važan segment i u zapošljavanju stanovništva. Prema podacima iz 1999. godine godišnji promet u ovom sektoru iznosio je 250 miliona DM (150 milion evra).

Istovremeno mreža kanuista povećana je 1999. godine na 300 organizacija. U Nemačkoj, sportovima na vodi bave se preko 5 miliona sportista.

Postoje i posebni turistički brodovi – hoteli za kružna krstarenja po Nemačkim rekama, kanalima i jezerima. Jedan od takvih kružnih putovanja je putovanje iz Nemačke prema Crnom moru, sa kratkim zadržavanjima u Beogradu. U Ne-



Dunav kod Ulma

mačkoj 1999. godine bilo je registrovano 698 putničkih brodova sa kapacitetom od 182.000 mesta. U poređanju sa 1988. godinom došlo je do povećanja za 50%.

Nakon ujedinjenja Nemačke Savezno ministarstvo za saobraćaj, izgradnju i stanovanje (BMVBW) investiralo je na područje nekadašnje DDR preko 100 miliona DM za modernizaciju plovnih puteva.

Pored finansijske pomoći doneti su i niz propisa koji regulišu ovu materiju.

7.3 Rekreacija na jezerima

Jezeri kao značajna turistička vrednost

Nemačka ima veći broj jezera, različita po nastanku, veličini i kvalitetu vode. Valorizacija jezera treba da se vrši prema prirodnim kvalitetima, kao i prema položaju prema disperzivnim zonama (gradovima i regionima). Na nemačkim jezerima postoji mogućnost razvoja kupališnog turizma i upražnjavanja sportova na vodi, kao i bavljenje raznim sportovima pored samog jezera. U Nemačkoj priroda se štiti od zagađivanja, a oko jezera je izgrađena neophodna infrastruktura.

U Nemačkoj postoji veliki broj jezera, koja su različita po postanku, veličini, turističko-geografskom položaju u odnosu na disperzivne centre, a razlikuju se i po svojim fizičkim i hemijskim osobinama.

Od mnogobrojnih jezera u Nemačkoj, ovom prilikom pomenućemo jezero Himze, koje se nalazi u pokrajini Bavarskoj. Položaj ovog jezera je idealno postavljen u odnosu na najvažnije saobraćajne pravce koji vode prema velikim gradovima koji su veliki emitivni centri.

Treće (i najmanje) ostrvo je Klosterkirche i na njemu se nalazi manastir sa crkvom iz 11. veka. Ova crkva spada među najstarije u Bavarskoj. U neposrednoj blizini manastira nalazi se muzej.

U malim mestima pored jezera Himze, u letnjem delu godine održavaju se razne proslave (Markt Fest) - u avgustu, lučka proslava je krajem jula, i mnoge druge, koje značajno obogaćuju turističku ponudu. U mestima oko jezera postoji nekoliko veoma posećenih muzeja. To su muzeji: muzej automobila i seoski. U tim mestima moguća je i posta manastirima i crkvama. Veliki broj pešačkih i biciklističkih staza, u kombinaciji sa mogućnošću praktikovanja ostalih sportskih aktivnosti, čine ovo jezero turistički veoma privlačnim i posećenim. Prostor pored jezera, zbog čistog vazduha, služi i kao vazдушna banja.

V

ZAVRŠNA RAZMATRANJA

Turizam i turistička rekreacija spadaju u važne ljudske delatnosti, koje imaju važan zdravstveni, kulturni, politički i ekonomski značaj.

Društveni značaj turizma u savremenim uslovima je velik i odnosi se, pre svega, na sferu kulture, obrazovanja i zdravlja. Sa razvojem turizma dovelo je do otkrivanja i upoznavanja sa kulturom drugih naroda, i mesta u svetu. Mnogi kulturno-istorijski spomenici, muzeji i galerije doživeli su svoj preporod zahvaljujući turističkim kretanjima. Danas se često ova turistička kretanja svrstavaju u domen kulturnog turizma.

Prilikom putovanja i razgledanja kulturno-istorijskih spomenika može se govoriti i o postojanju specifične turističke rekreacije. Promena mesta, izazvana putovanjem i razgledanjem, dovodi do psihofizičke rekreacije čoveka.

1. Aspekti proučavanja turizma

Turizam se može posmatrati sa aspekta njegove društvene, zdravstvene i ekonomske funkcije. Društveni aspekt turizma ogleda se, pre svega, u turističkoj psihofizičkoj rekreaciji stanovništva. U društveni aspekt turizma spada i upoznavanje drugih naroda i kultura, pa se zato kaže da turizam ima i kosmopolitsku ulogu, jer širi i razmenjuje ideje, kulturne modele i dr. On ima veoma važnu ulogu u privrednom razvoju zemalja čiji je prioritet razvoj turizma. Mnoge, donedavno nerazvijene zemlje, zahvaljujući razvoju turizma su postale ekonomski razvijene. Kao primere možemo navesti Španinju, Portugaliju, Grčku, Tajland, Dominikansku Republiku i dr.

Razvoj turizma izmenio je i izgled geografskog prostora, podigao životni i kulturni standard lokalnog stanovništva turističkih mesta ili regiona.

1.1 Ekonomski značaj turističke rekreacije

Turizam poslednjih godina doživljava veoma brz razvoj gotovo u celom svetu, a posebno u SR Nemačkoj. Nemačka privreda ima karakteristike razvoja uslužnih delatnosti u koje se ubraja i turistička privreda.

Građani Nemačke najveći su turistički putnici na svetu. Zbog toga Nemačka, pored emitivnog, ima dobro razvijen i domaći turizam. Razvoj turizma u Nemačkoj može biti dobar pokazatelj o turističkim trendovima, o organizaciji i realizaciji turističkih putovanja, ne samo za našu zemlju, već i za ostale zemlje koje svoj turistički razvoj planiraju.

Razvojni put turizma u Nemačkoj ima dugu tradiciju. Veliki broj faktora uticao je na razvoj turizma u Nemačkoj. To je, pre svega, industrijalizacija, zatim uvođenje novih tehnologija, velika urbanizacija i spajanje gradova (Rurska oblast), zagađivanje životne sredine i dr. Razvoju turizma i turističke rekreacije pogodovali su i drugi faktori, kao što su: povećanje slobodnog vremena i porast životnog standarda stanovništva, razvoj saobraćaja, ali i plaćeni godišnji odmori, koji su doveli do toga da turistička privreda u Nemačkoj dobije važnu ulogu.

Nemačka, kao emitivna i imitivna turistička zemlja, sa svojim tehničkim i tehnološkim inovacijama, geografskim i turističkim položajem, proširenjem Evropske unije je dobila izuzetno društveno-političko značenje. Nemačka kultura i jezik su dobili novi značaj u Evropi. Ekonomski značaj turizma u Nemačkoj veoma je veliki. To se moglo zaključiti iz statističkih podataka. Turizam, kao što je poznato, direktno i indirektno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak, na zapošljavanje stanovništva ima blizu 3 miliona zaposlenih.

1.2. Turizam između ekonomije i ekologije

Turizam je jedan primer veoma čvrste povezanosti između privrede i životne sredine. Turizam dvojako deluje na prirodnu sredinu; dvojako delovanje može da bude pozitivno i negativno.

Razvojem turizma, naročito masovnog turizma može da dovede do uništavanja zelenih i šumskih površina kroz izgradnju (hotela, puteva i ostalih turističkih objekata).

Ispuštanjem štetnih gasova prilikom dolaska velikog broja motorizovanih turista u turističko-rekreativna mesta, povećanje ugljen-dioksida, stvaranje buke prilikom prevoza i transporta do turističkih destinacija.

- Upotreba sirovina (energije, vode i povećana količina otpadnih voda) koja nastaje prilikom smeštaja, ishrane i transporta turista.
- Ugrožavanje i uznemiravanje biljnog i životinskog sveta u turističko rekreativnim centrima

Sa druge strane turizmu kao privredi potrebna je netaknuta prirodna sredina radi korišćenja godišnjih odmora. To se odnosi posebno na kvalitet turističkih centara u kojima čista voda, vazduh i netaknuta priroda predstavljaju jedan od najvažnijih motiva turističkih kretanja.

Ekološki problemi nisu značajni samo za teritoriju Nemačke već uključuju ceo svet u akciji čuvanje prirodnih resursa.

Nacionalne mere za zaštitu prirode

Zaštita prirode u Nemačkoj praćena sa uvođenjem strogih zakonskih propisa kao i tehničko – tehnoloških sredstava dostigla je visok nivo. Na nivou Savezne vlade, povezana sa pokrajinskim vladama, donela je ćitav niz odgovarajućih propisa za zaštitu prirode.

U tom smislu izvršena je kategorizacija celokupne teritorije sa prirodnim zaštitnim zonama. U okviru zašććenih rejona nalazi se jedanaest nacionalnih parkova, koja obuhvataju ok 2,3 % celokupne teritorije Nemaćke. Prirodni parkovi i odrećena zašććena mesta sluće za oporavak i turistićku rekreaciju. Postoji ćitav niz Saveznih udrućenja koji su nastali u cilju zašćtite prirode. Treba navesti Nemaćki savez prirodnih parkova “Bundeswettbewerb Deutscher Naturparke”, zatim Nemaćki savez za zašćtitu prirodne i ćivotne sredine (BMU).

U Nemaćkoj postoji trinaest bioloćko zašććenih rezervata koji su registrovani, UNESCO-ova zašćtita odigrala je vaćznu ulogu za turizam.

U cilju stogih mera za zašćtitu ćivotne sredine posebno je obraćena paćznja na kvalitet voda, ukljućujući morska, rećna i jezerska kupališta.

Veliki znaćaj za turiste imaju propisi koji su doneti radi zašćtite od buke. Posebno su donete mere protiv buke koju stvara saobraćaj, kao na primer automobili, vozovi i avioni. Zašćtita od saobraćajne buke u toku noći takoćde je posebno zakonski definisana. Doneti su i posebni programi protiv buke koju stvara ćeleznićki i šinski saobraćaj.

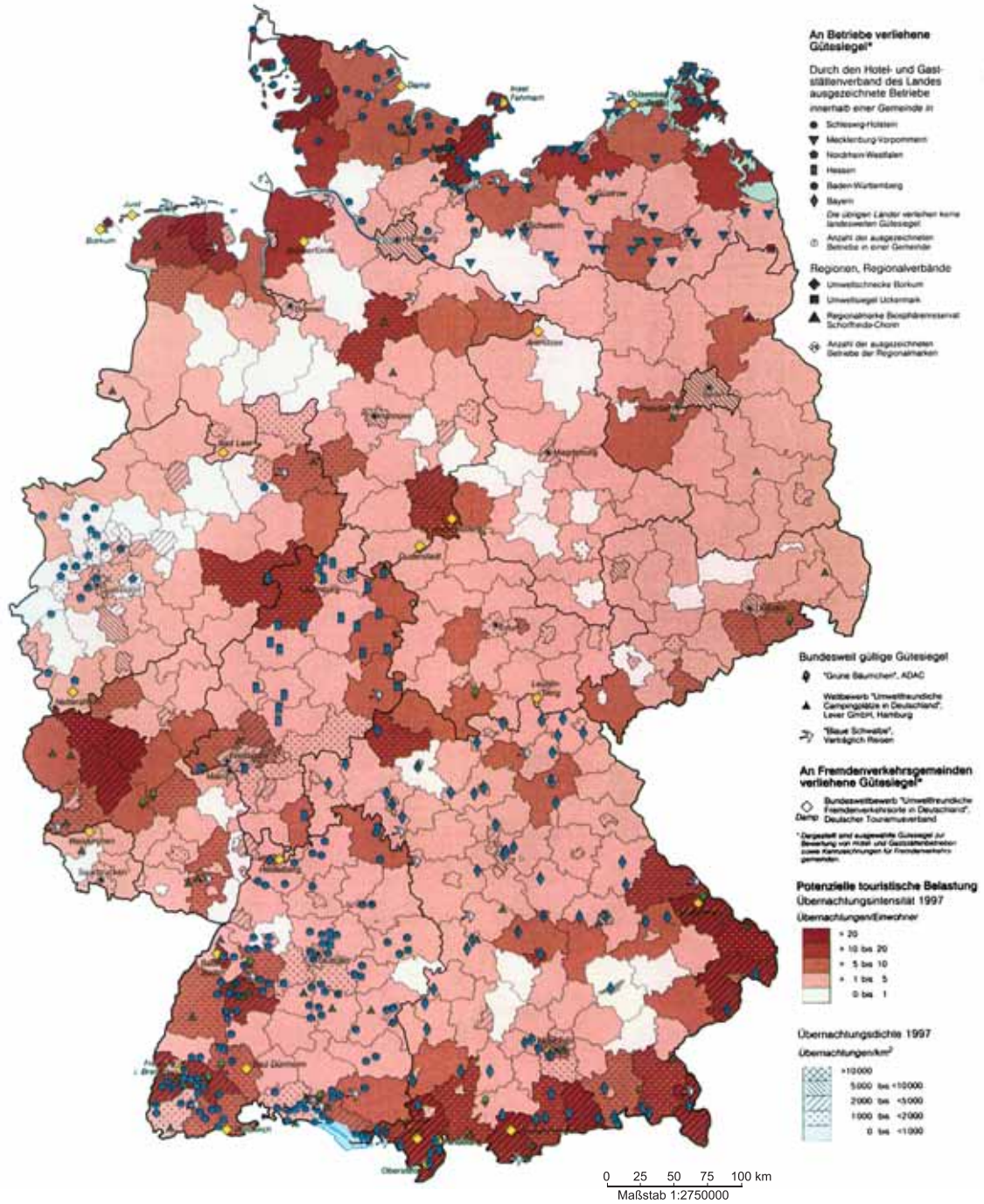
Samo u toku 1999. godine za tu namenu izdvojeno je 100 miliona DM. Posebna paćznja se obraća na buku koja nastaje za vreme poletanja i sletanja aviona. Donete su posebne mere u okviru razvoja turizma, zašćtite prirodne sredine, informacije, objašnjenja i saveti, kako da se priroda prilikom turistićkih putovanja što bolje zašćtite. Postoji ćitav niz projekata koji trebaju da poboljšaju kvalitet ćivotne sredine.

Na nivou Savezne vlade donet je izveštaj za 1998 i 1999. godinu namenjena Nemaćkoj vazduhoplovnoj organizaciji – Lufthansa u cilju preduzimanju mera za zašćtitu od buke, racionalnije korišćenje potrošnje goriva, uvoćenje novih avio-motora sa smanjenom bukom itd.

Na nivou internacionalnog razvoja turizma donete su takoćde propisi koji imaju za cilj da se generalno zašćtiti priroda i u mestima turistićke destinacije posebno zbog toga što su Nemci najveći svetski putnici. Savezna vlada na osnovu mećunarodne inicijative globalnog sporazuma o razvoju turizma donela 1997. godine “Berlinsku deklaraciju “u kojoj je dat znaćaj zašćtite prirode i ostalih prirodnih resursa a u cilju razvoja turistićkih aktivnosti, kroz ekoloćke, socijalne i kulturne sadržaje.

Osnov ove Deklaracije je:

- Racionalno ćuvanje prirodnih resursa kao osnov za razvoj turizma.
- Turistićki razvoj razvijati kroz ekoloćki menadźment.



Izvor: Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

Potvrda kvaliteta i ptencijalna turistička degradiranost 1998. godine prema krajevima

- Turizmu treba povećan ekološki i kulturni senzibilitet radi zaštite turističkih regija od negativnih posljedica masovnog turizma.
- Za razvoj turizma posebno se ističe odgovornost svih učesnika u privatnom sektoru koji su direktno ili indirektno povezani sa razvojem turizma.
- Veliki značaj se pridaje merama na lokalnom nivou kao i odgovornost za ekološki razvoj turizma.

U okviru mera za zaštitu prirodne sredine a funkciji razvoja turizma doneti su propisi na prporuku posebne komisije UN iz aprila 1999. godine.

Pod sličnom temom održana je Međunarodna komisija za zaštitu prirodnih resursa (poljoprivrednih i šumskih površina) radi daljeg unapređenja prethodno donetih mera. postoje preporuke da se konvencija o zaštiti prirode proširi i na Istočnu i Južnu Evropu.

U središtu globalne zaštite prirode nalazi se i Konvencije o zaštiti klime (KYOTO) kao i protokolom iz Montreala. Svetska turistička organizacija je SR Nemačkoj kao njenoj članici poverila važnu ulogu u rešavanju navedenih problema.

Treba istaći da je 7. novembra 1991. godine doneta takozvana "Alpska konvencija" u kojoj su učestvovala sve Alpske zemlje u cilju očuvanja prirode u navedenom području. U cilju razvoja turizma treba da služi "Turistički protokol" koji je donet na Alpskoj konferenciji 1998. godine u kojima je regulisan dalji razvoj turizma određivanje zone tišine, naročito na mestima izgradnje stanova i privrednih objekata i skijaških pista i ostalih sportskih sadržaja. Ova konvencija postala je obavezujuća za sve Alpske države.

Ideja održivog razvoja

Problem zagađivanje prirode, koje je nastalo u posleratnom periodu u našoj zemlji, predstavlja jedan od ograničavajućih faktora za dalji razvoj turizma kod nas. Nedostatak materijalnih sredstava, nedovoljna svest o potrebi očuvanja prirode, nedostatak adekvatne pravne regulative, kao i strateških planova razlozi su zbog kojih će ovaj problem i nadalje biti velik i teško rešiv. U tom smislu potrebno je doneti dugoročne, srednjoročne i kratkoročne planove za zaštitu prirode i životne sredine.

Program održivog razvoja postao je i međunarodna obaveza za sve članice Ujedinjenim Nacijama. Ideja održivog razvoja postoji danas u svim razvijenim zemljama sveta. Pod idejom ODRŽIVOG RAZVOJA podrazumeva se racionalno korišćenje ljudskih i prirodnih resursa radi ostvarivanja pozitivnih efekata na ekonomskom i socijalnom planu, uz maksimalno čuvanje životne sredine.

Za takozvani održivi razvoj potrebno je razvijati takozvane "čiste" tehnologije, bio-medicinu, novu informacionu i telekomunikacionu tehnologiju, koje sve zajedno treba snažno da utiču na privedni razvoj naše zemlje.

Da bi se navedeni razvoj uspešno ostvarivao potrebno je unapređivati i modernizovati školski sistem, uključujući i vaspitanje i permanentno usavršavanje

omladine i odraslih. Ljudski kapital ima odlučujuću ulogu u realizaciji navedenih ciljeva.

Sa ekonomskog aspekta potrebno je i veće investiranje u obrazovanje i nauku. Razvoj privrede u našoj zemlji, posebno turističke, podrazumeva potrebu građenja novih turističkih objekata koji bi bili namenjeni turistima sa novim zahtevima za turističkom rekreacijom. Paralelno sa izgradnjom turističkih objekata potrebno je graditi i savremenu infrastrukturu – saobraćajnu i telekomunikacionu.

Razvoj privrede i turizma, kao njenog dela, dovešće do smanjenja siromaštva u našoj zemlji, jer turizam i direktno i indirektno utiče na razvoj čitavog niža privrednih grana.

Održivi razvoj podrazumeva i optimalnu zaštitu prirodne sredine kao glavnog resursa za razvoj turizma i turističke rekreacije.

1.3. Turizam kao značajna privredna grana

Turistička privreda Nemačke sa 8% učešća u bruto produktu igra jednu od važnijih privrednih faktora. Na osnovu izveštaja Nemačkog instituta za privredna istraživanja das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin i Saveznog ministarstva za privredu i tehnologiju das Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) su usvojili su takođe jedinstvene statističke metode za praćenje turističkih aktivnosti na bazi 1995. godine turistička potrošnja u zemlji i inostranstvu iznosila je 395 milijardi DM a od toga otpadalo je na domaći turizam 275 milijardi DM.

Istorijski razvoj turizma se u poslednjih 50 godina počeo naglo da se razvija u čitavom svetu. Po brzini razvoja često se naziva svojevrsnim fenomenom. Fenomen turizma i njegov kvantitativni oblik mogu se sagledati o podacima Svetstke turističke organizacije o broju putnika u svetu. Nemci su najveći svetski putnici i od turističkih kretanja Nemačke zavise mnoge privrede u svetu.

Nakon ujedinjenja Nemačke bivše Istočno Nemačke pokrajine imale su nepovoljnu kvantitativnu i kvalitativnu strukturu koja je vezana za razvoj turističke privrede. Od 1990. godine pa do 1999. godine izvršena je modernizacija starih turističkih objekata i uvođenje novih tehničkih standarda. Ovaj program modernizacije obuhvatio je oko 8.500 ugostiteljskih objekata a od tog broja obuhvaćeno 6.000 hotela. Pored saniranja ugostiteljskih objekata pristupilo se i saniranju kulturno-istorijskih spomenika, zamkova i dr. Kao primer u pokrajini Mekenburg – Forpomern adaptirano je preko 80 zamkova. Od 1991. godine do sredine 1999. godine u ugostiteljstvo je investirano 15 milijardi DM (oko 7 milijardi evra) i otvoreno je 33.000 novih radnih mesta. Hotelijerstvo je takođe doživelo snažni porast prema prvim rezultatima Saveznog ministarstva od 1. januara 1999. godine broj hotela povećan je u odnosu na 1993. godinu za 128% a broj postelja povećan je duplo i iznosio je oko 300.000 sa 457.000 postelja u smeštajnim kapacitetima novih pokrajina (bivše DDR) učestvovala je 19% od ukupnog broja cele Nemačke.

Povećanje broja postelja kretao se između 7% na godišnjem nivou. U 1998. godini u navedenim pokrajinama broj noćenja povećao se za 6% iznosio je 48,8 miliona, a u julu 1999. godine ovaj porast je iznosio 10,3%. Savezna statistika iznosi da se od 1991. godine do sredine 1999. godine došlo do investicionih ulaganja naročito u sektoru infrastrukture, koji je iznosi 4,7 milijardi DM. Do juna 1999 godine izvršeno je saniranje od 2.800 turističkih infrastrukturnih objekata u bivšim pokrajinama i Istočne Nemačke. U tom periodu izgrađeno je preko 200 kupališta i bazena za plivanje, 70 banja i oko 90 pansiona. U istom periodu izgrađeno je šetališnih staza kao i biciklističkih puteva u vrednosti više od 500 miliona DM. Sve ove mere Savezne i Pokrajinskih vlada imali su za posledicu pozitivnog poboljšanja turističkih regiona kako za prihvatanje domaćih tako i inostranih turista.

Ekonomski značaj turizma za SR Nemačku

Ove uopštene napomene značajne su za mnoge zemlje i regije koje imaju određeni turistički potencijal. Značaj razvoja turizma, kao privredne grane, veoma je veliki i to predstavlja jednu od mogućnosti razvoja naše zemlje.

Turizam u mnogim zemljama ubraja u vodeće privredne grane, putovanja poslednjih godina dostigla su najviši nivo.

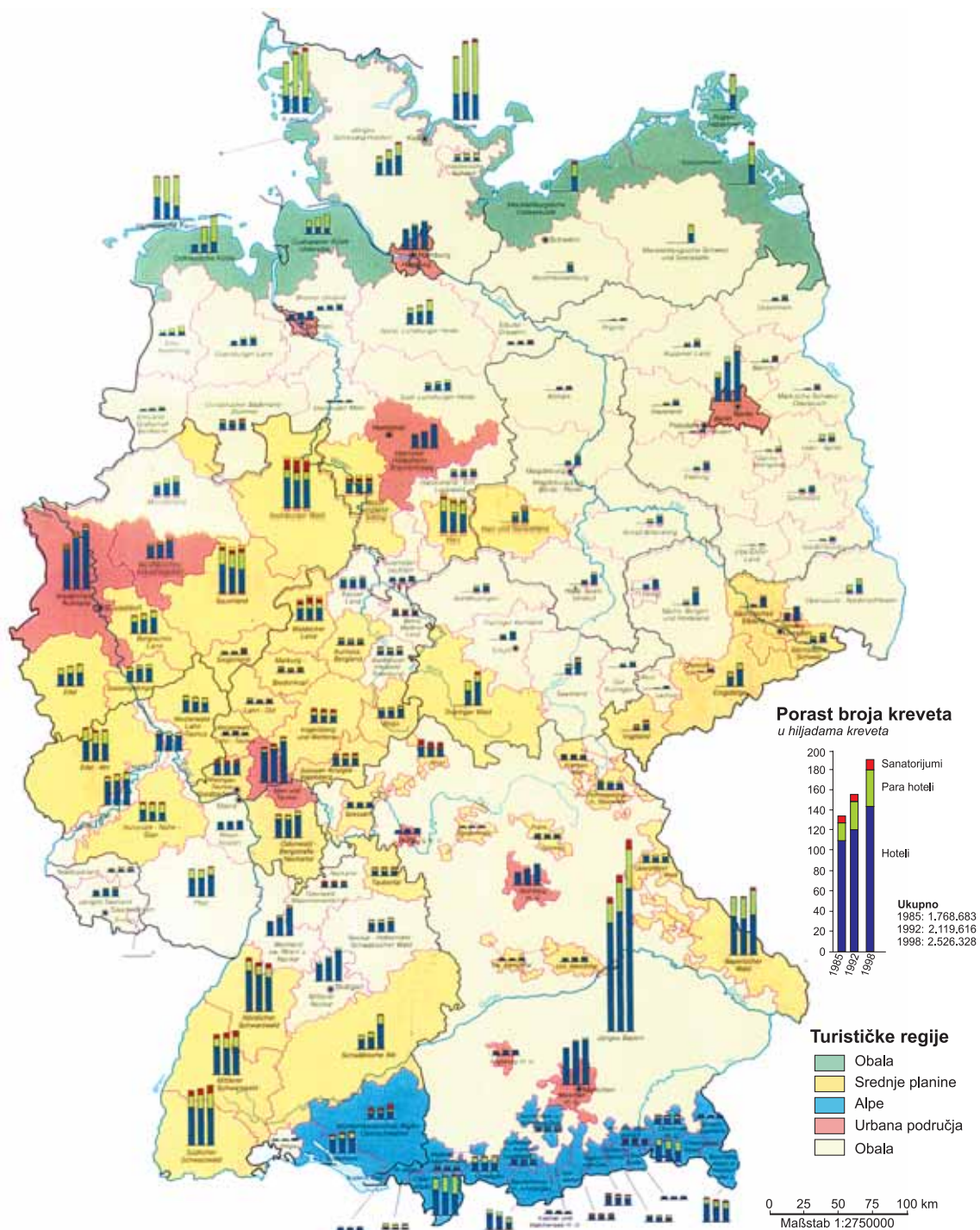
Privredni značaj turizma kao potreba, ima tržišnu orijentaciju u kojoj su uključena mnogobrojna preduzeća i organizacije. Za razumevanje turističkog tržišta danas postoje tri pravca koji objašnjavaju značenje i ulogu turističkog marketinga.

Turistička privreda posle trgovine zauzima drugo mesto u uslužnom sektoru Nemačke sa ukupnim učešćem od 8% bruto društvenog produkta. U turizmu je direktno ili indirektno zaposleno oko 2,8 miliona radnika sa 105230 učeničkih mesta u turističkoj privredi. Rast turističke privrede u Nemačkoj ima tendenciju rasta. Osnov u turističkoj privredi čine više od 50000 hotela i pansiona sa 180000 restorana i kafana.

Za realizaciju turističkih aktivnosti uključeno je oko 18000 turističkih agencija i biroa. Sa oko 5500 turističkih prevoznika (autobusi) i oko 50000 autobusa u turističku privredu uračunato je i 3000 mesta za kampovanje. Ovi podaci se odnose na 2001. godinu.

Turizam u Nemačkoj ima gotovo stalni rast poslednjih godina, a u 2000. godini registrovano je 108 miliona gostiju sa 326 miliona prenoćišta. Turistički razvoj ima trend rasta. I u Istočnim delovima Nemačke (DDR) od 2000. godine stopa rasta je iznosila preko 10%. Prema izveštaju Svetske organizacije za turizam za 2000. godinu povećanje prihoda od stranih turista iznosio je 9,7%.

Prema statistici Saveznog zavoda prihodi u ugostiteljstvu u novembru 2001. godine zabeležili su povećanje za 2,7 % u odnosu na novembar 2000. godine. svi statistički pokazatelji od 2001. godine beleže stopu rasta u turističkoj privredi.



Kapaciteti kreveta u Nemačkoj u periodu od 1985-1998. godine prema turističkim regionima

*Tabela – Značaj turističke provrede u poređenju sa ostalim
privrednim granama (1998)*

Turistička privreda	2.600.000	270 mil DM
Građevinarstvo	1.155.900	201 mil DM
Poljoprivreda-šumarstvo	992.000	77 mil DM
Mašinska industrija	935.000	264 mil DM
Elektroindustrija	861.000	255 mil DM
Automobilska industrija	710.000	312 mil DM
Prehrambena industrija	544.000	228 mil DM
Hemijska industrija	484.600	187 mil DM
Rudarstvo	140.600	33 mil DM

Izvor: Deutsche turistische Vereine, 1999. god.

Tabela – Najveći lanci hotela i kooperacija u Nemačkoj u 1999. godini

Hotelska organizacija	Poslovna struktura	Poreklo zemlje	Broj hotela u Nemačkoj
Uteli	Kooperacija	Velika Britanija	260
Accor	Menadžment	Francuska	174
Ringhotels	Kooperacija	Nemačka	150
Best Western	Franšiza	SAD	132
Akzent	Kooperacija	Nemačka	106
Flair	Kooperacija	Nemačka	122
Select Marketing	Kooperacija	Nemačka	85
Romantik	Kooperacija	Nemačka	84
Treff	Kooperacija	Nemačka	76
Top international	Kooperacija	Nemačka	72
Mionotel	Kooperacija	Švajcarska	72

Izvor: Deutsche turistische Vereine, 2000. god.

Tabela – Najznačajnije turističke agencije u Nemačkoj 2000. godine

Turističke kompanije, predstavnici	Vlastite agencije	Promet U DM po radnom mestu		Učešće stranih ulaganja %
TUI Deutschland	9.600	867.708	1.200	k.A.
C&N Touristic	14.407	454.217	1.438	74
LTUY Touristik	12.200	231.307	–	k.A.
ITS	8.700	187.739	–	100
Dertour	8.237	150.135	1.250	82
Alltours	9.780	145.194	118	k.A.
Nazar	2.000	140.000	–	100
FTI	12.332	130.000	1.155	76,9
ADAC Reise	2.300	91.980	195	28
Öger Gruppe	10.511	78.489	1.600	98
Larnidee	180	74.722	1	19
Schumann	850	65.885	3	72
Hapag Lloyd Kreuzfahrt	5.900	58.475	–	100
Studiosus	6.901	56.164	1	96
Graf	850	54.380	6	70
Gebecc	5.200	44.714	–	96
Eberhardt	1.210	36.000	34	79,5
Kiwi Tours	350	33.350	–	56
NSA Norw, Schiff.-Arg	2.500	32.000	–	90
Ameropa	7.200	28.931	–	100
Inter Chalet	6.273	26.983	–	96
Transocean Tours	3.112	26.906	–	97
GTI Travel	4.682	25.787	0	100
Phoenix	9.519	25.139	–	95
Schaunsland	3.001	24.733	1	98,6
Ikarus	3.412	23.153	–	93,6
Olimar	10.140	23.057	1	94,9
Seetours	14.700	19.578	–	100
Fox-Tours	1.600	16.750	–	85
Hauser	605	16.570	5	12
Canusa	3.459	14.220	7	k.A.
Wikinger	2.229	13.350	4	50,6
Reinbow Tours	3.503	12.932	3	k.A.
Windrose	1.400	12.645	–	63
Hafermann	2.931	12.137	4	84
Teambus AG	830	12.000	–	82
Novasol	8.000	11.640	–	97
OFT Reisen	5.486	11.429	2	95
Islant tours	701	11.000	1	71
Sansommer	9.600	10.552	–	100
Kipferl's Reisen	1.300	9.090	3	60

Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt, 2004.



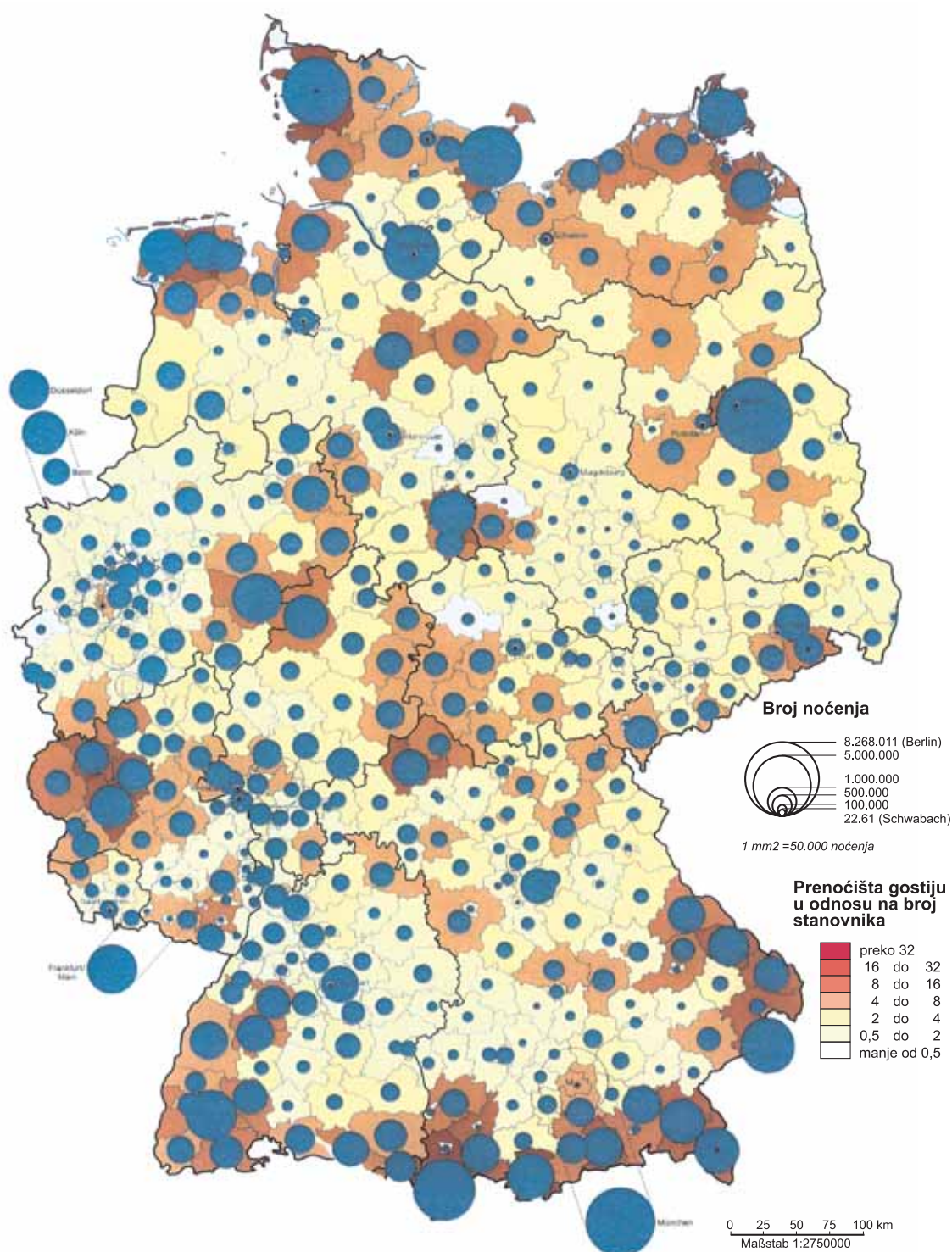
Lanac turističkih biroa i kooperanata u 1999. godini, prema sedištu kooperanta

GLAVA 5

Tabela – Prenocišta po savezним pokrajinama u Nemačkoj

Savezne pokrajine	1997	1998	1999	01-11 2000	1997	1998	1999	01-11 2000
Prenocišta po pokrajina- nama	U milionima				Promene u odnosu na prethod- nu godinu u procentima			
Baden-Württemberg Strani gosti	34,9 4,5	36,4 4,7	38,0 4,9	36,9 4,8	7,5 +2,5	+4,0 +3,7	+4,6 +4,1	+3,1 +4,0
Bayern Strani gosti	66,8 7,5	68,6 8,2	70,0 8,5	69,5 8,9	6,0 +4,4	+2,7 +8,2	+3,4 +3,8	+4,1 +10,8
Berlin Strani gosti	8,0 2,2	8,3 2,3	9,5 2,6	10,7 2,9	+8,0 +11,7	+3,5 +6,6	+14,6 +9,3	+21,6 +22,8
Brandenburg Strani gosti	7,3 0,5	7,3 0,4	7,9 0,4	8,0 0,5	+0,6 +0,2	+0,4 17,3	+7,0 3,3	+7,3 +20,3
Bremen Strani gosti	1,1 0,3	1,1 0,3	1,2 0,3	1,2 0,3	+2,2 +10,1	+5,3 +1,8	+8,9 +6,5	+5,6 +12,1
Hamburg Strani gosti	4,2 1,0	4,5 1,0	4,7 1,0	4,5 1,1	+2,8 +5,9	+3,7 +4,8	+3,2 +2,7	+4,0 +11,2
Hesen Strani gosti	22,8 4,2	22,9 4,3	24,0 4,4	24,1 4,6	+9,3 +4,1	+0,2 +2,5	+5,0 +2,9	+7,0 +10,4
Mecklenb., Vorp. Strani gosti	11,6 0,3	13,3 0,3	15,6 0,3	17,5 0,4	+7,1 +12,3	+14,7 +12,6	+17,6 +11,6	+17,0 +18,7
Niedersachsen Strani gosti	32,0 1,8	32,3 1,8	32,6 5,6	33,9 2,1	2,9 +7,8	+1,1 3,5	+1,0 +1,2	+9,0 +26,5
Nordrhein-Westfalen Strani gosti	34,3 5,4	34,7 5,6	35,6 5,6	34,3 5,5	4,6 +2,1	+1,4 +2,8	+2,5 +1,4	+2,8 +2,5
Rheinland-Pfalz Strani gosti	16,4 3,2	16,9 3,3	17,9 3,6	18,0 3,6	5,1 0,8	+3,2 +4,4	+5,5 +6,2	+6,4 +8,5
Saarland Strani gosti	1,9 0,2	2,1 0,2	2,1 0,2	2,0 0,2	8,7 +3,9	+5,5 +21,9	0,1 9,8	+4,1 +7,9
Sachsen Strani gosti	12,6 0,8	12,8 0,7	13,5 0,7	13,5 0,8	+2,5 0,8	+1,9 13,1	+5,3 +1,1	+7,9 +17,8

Izvor: Deutsche touristische Verein, 2000. god.)



Izvor: Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

Prenoćišta gostiju u Nemačkoj 1998. godine prema okruzima

U cilju daljeg razvoja turističke privrede u Nemačkoj donete je niz mera i to:

- poreska reforma programi za regionalno poboljšanje ekonomske strukture
- smanjenje birokratskog aparata
- izrada turističkih kataloga sa pregledom cena u hotelima
- finansijska pomoć turističkim predstavnicima radi daljeg razvoja
- mere za poboljšanje kvaliteta prirodne sredine nacionalnih parkova bicikl turizma kao i poboljšanja menažmenta u turizmu
- izrada projekata koji su vezani za pomorski turizam. (Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt, 2004.)

Turizam utiče i na zapošljavanje stanovništva u određenim državama i područjima. Turistička privreda u Nemačkoj kao što je navedeno zbog velikog turističkog prometa domaćih i stranih turista dovode i do povećanja zaposlenosti stanovništva kako direktno, tako i indirektno u turističkoj privredi.

Tabela – Broj dolazaka stranih turista (uključeni i kamp turisti) u Nemačku u 2003. godini

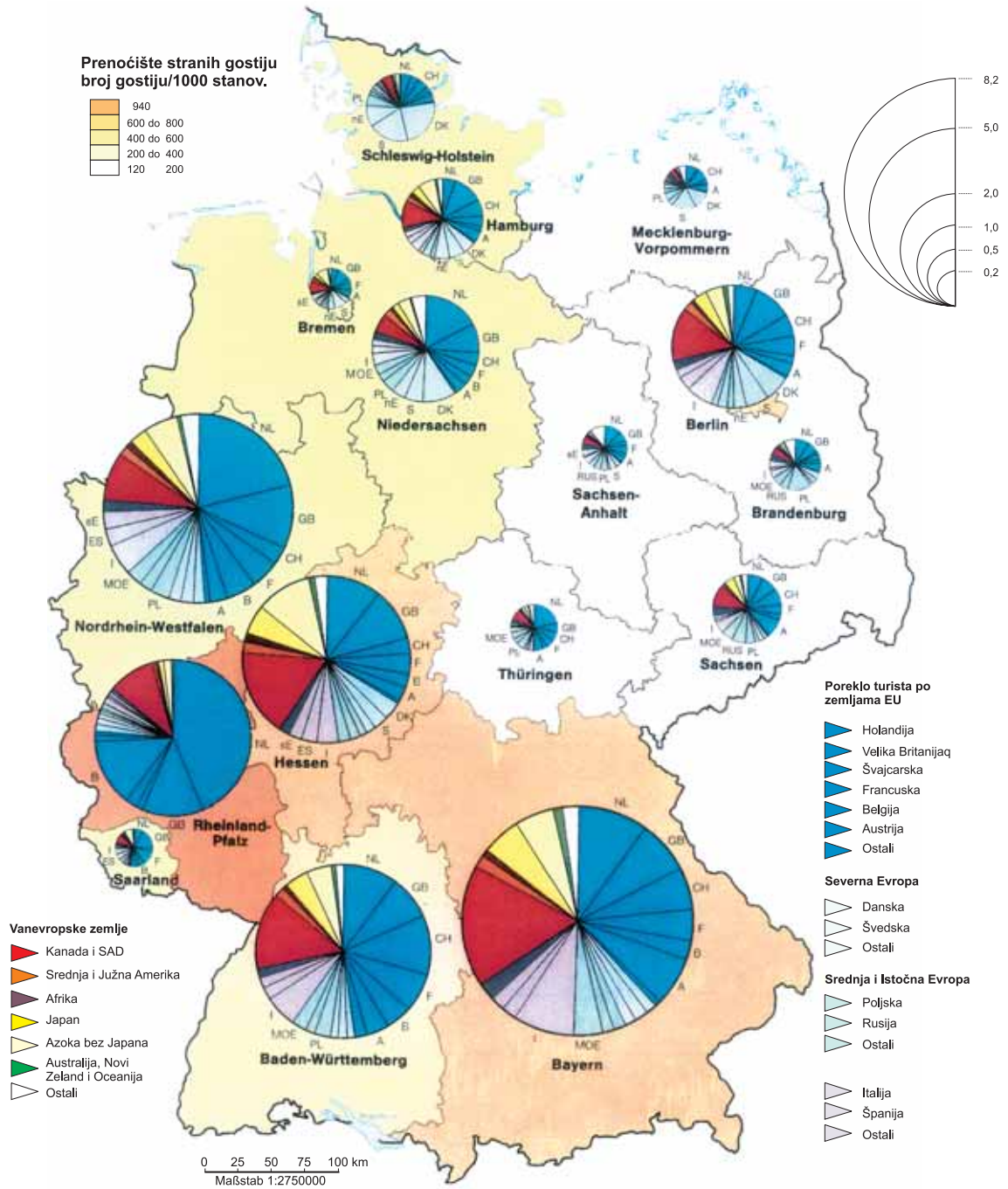
Poreklo zemlje	Prenoćišta u milionima	Promene u odnosu na 2002. god.u %	Udeo stranih turista u procentima
Holandija	7,859	+4,3	18,8
SAD	3,752	-5,6	9,0
Velika Britanija	3,477	-1,2	8,3
Švajcarska	2,623	+10,6	6,3
Italija	2m327	+6,6	5,6
Belgija	1,834	+9,1	4,4
Francuska	1,788	+5,8	4,3
Austrija	1,779	+3,9	4,3
Danska	1,520	+6,0	3,6
Švedska	1,308	+3,2	3,1
Japan	1,172	-9,8	2,8
Španija	1,025	+4,2	2,6
Poljska	0,838	-0,3	2,0
Ukupno	41,746	+2,7	100,0

Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main, 2004.

Tabela – Međunarodni promet turista 2002.

Broj dolazaka turista, priliv deviza i potrošnja prema Svetskoj turističkoj organizaciji WTO			
Država	Broj stranih turista u milionima	U milijardama američkih dolara, od turizma	
		Priliv	Odliv
Francuska	77,012	32,329	19,460
Španija	51,748	33,609	6,638
SAD	41,892	66,547	58,044
Italija	39,799	26,915	16,935
NR Kina	36,803	20,385	15,398
Velika Britanija	24,180	17,591	40,409
Kanada	20,057	9,700	9,929
Rusija	20,000	4,188	12,005
Meksiko	19,667	8,858	6,060
Austrija	18,611	11,237	9,391
Nemačka	17,969	19,158	53,196
Hong Kong	16,566	10,177	12,417
Mađarska	15,870	3,273	1,722
Poljska	13,980	4,600	3,600
Grčka	13,600	9,741	2,450
Malezija	13,292	6,785	2,618
Turska	12,782	9,010	1,881
Portugalija	11,644	5,919	2,274
Tajland	10,873	7,902	3,303
Švajcarska	10,000	7,628	6,427
Holandija	9,595	7,706	12,919
Švedska	7,458	4,496	7,241
Singapur	6,996	4,932	5,213
Hrvatska	6,944	3,811	0,781
Belgija	6,724	6,892	10,435
Irska	6,476	3,089	3,743
Južna Afrika	6,550	2,719	1,798

Izvor: Svetska turistička organizacija 2003.



Izvor: Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

Posete stranih gostiju u 1998. godini prema pokrajinama

Tabela – Pregled internacionalnog turističkog prometa u 2002. godini

Zemlja	Broj dolazaka turista	U milijardama \$ devizni	
		prihodi	rashodi
Francuska	77,012	32,329	19,460
Španija	51,748	33,609	6,638
SAD	41,892	66,547	58,044
Italija	39,799	26,915	16,935
NR Kina	36,803	20,385	15,398
Velika Britanija	24,180	17,591	40,409
Kanada	20,057	9,700	9,929
Rusija	20,000	4,188	12,005
Meksiko	19,667	8,858	6,060
Austrija	18,611	11,237	9,391
Nemačka	17,969	19,158	53,196
Hongkong	16,566	10,177	12,417
Madžarska	15,870	3,273	1,722
Poljska	13,980	4,600	3,600
Grčka	13,600	9,741	2,450
Malezija	13,292	6,785	2,618
Turska	12,782	9,010	1,881
Portugal	11,644	5,919	2,274
Tajland	10,873	7,902	3,303
Švajcarska	10,000	7,628	6,427
Holandija	9,595	7,706	12,919
Švedska	7,458	4,496	7,241
Singapur	6,996	4,932	5,213
Hrvatska	6,944	3,811	0,781
Belgija	6,724	6,892	10,435
Irska	6,476	3,089	3,743
Južna Afrika	6,550	2,719	1,798

Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main, 2004.

Uticaji turizam na platni bilans zemlje – turistička privreda značajno utiče na platni bilans pojedinih zemalja. Mnoge zemlje u razvoju i zemlje takozvanog “trećeg sveta” u turizmu vide svoju šansu za aktiviranje svojih prirodnih i ljudskih potencijala.

Nemački turizam ima negativan platni bilans koji nastaje zbog velikog broja putovanja nemačkih građana u druge države sveta.

Treba naglasiti da Nemačka ima razvijen domaći turizam kao i veliku turističku posetu iz inostranstva. Prema statističkim podacima za 2004. godinu priliv deviza od posete stranih turista iznosio je oko 18,5 milijardi evra, što je svrstava među 10 turističkih sila u svetu.

Svetska turistička organizacija kao i ekspertska grupa naučnika iz Nemačke predvideli su za 2006. godinu porast turista preko 1 milijarde ljudi, sa tendencijom daljeg porasta.

Evropa, a samim tim i Nemačka biće najveće turističko tržište u svetu.

Saobraćaj igra veliku ulogu za razvoj turizma. Kao što je poznato u Nemačkoj se svake godine razvija domaći turizam a istovremeno veliki broj Nemaca svoj odmor provodi u raznim delovima sveta. Saobraćaj pored ostalog i ima i značaj za celokupni privredni život a posebno za turizam. U cilju Saveznog plana za razvoj saobraćaja iz 1992. godine (BWP'92) doneti su konkretni planovi:

- izgradnja i modernizacija glavnih magistralnih puteva (Zakon od 15. novembra iz 1993. godine).
- Zakon o razvoju železničkog saobraćaja.

Savezna vlada je donela dodatni plan u oktobru 1998. godine u kojima je razvoj saobraćaja uskladila sa ekonomskim i ekološkim ciljevima kao jedan seobuhvatni saobraćajni koncept uključujući i ostale vidove saobraćaja. Prilikom pregleda saobraćajne situacije u Nemačkoj 2000. godine analizirani su svi dalji aspekti daljeg razvoja svih vrsta saobraćaja. Prvobitni investicioni planovi iz 1992. godine predvideli su do 2012. godine investiranje i izgradnju nove saobraćajne infrastrukture u iznosu od 500 milijardi DM. Na osnovu planova iz 1992. godine koji su se odnosili na razvoj saobraćajne infrastrukture u Istočnim pokrajinama bivše DDR, predviđena je izgradnja 3.200 km brzih pruga koja treba da dostižu brzinu do 300km na sat.

U periodu od 1991-1998. godine za izgradnju i modernizaciju železničkog saobraćaja investirano je 63 milijarde DM; 68 milijardi za izgradnju i modernizaciju auto puteva i oko 8 milijardi DM za razvoj rečnog saobraćaja. Najveći deo investicija otišlo je na popravljavanje i izgradnju saobraćajne infrastrukture u pokrajinama bivše Istočne Nemačke.

Turizam je do 2000. godine bila jedna od najdinamičnijih privrednih grana, da bi u 2001. godini prvi put doživeo stagnaciju posle terorističkog napada koji se odigrao 11.09.2001. godine. Opasnost od terorističkih napada, rat u Iraku, pojava epidemija dovelo je do određene ekonomske stagnacije i do pada turistističkih putovanja.

Ukupan broj stranih turista u 2002. godini popeo se na 702 miliona što je iznosilo povećanje 1,2% u odnosu na prethodnu godinu prema izveštaju Svetske turističke organizacije.

Takođe u 2003. godini Evropa je bila najposećeniji turistički deo sveta. Od oko 700 miliona stranih turista od oko 58% posetilo je Evropske zemlje.

Broj gostiju u hotelskom smeštaju uključujući i kamping-turiste iznosio je oko 111 miliona u 2002. godini. Broj noćenja iznosio je u 2002. godini oko 340 miliona, što je u proseku iznosilo 3,005 dana po putniku. Od svih Nemačkih pokrajina najveći porast je imala Meklenburg – Vorpomern sa oko 6%, zatim Saksonija sa 5,8 % i td.

Poseta turista u banjama iznosila je 55,5 miliona, što je sačinjavalo 21% ukupnog broja prenoćišta. Generalno uzevši gradski turizam je takođe doživeo povećanje. To se naročito odnosi na Berlin sa 11,5 miliona prenoćišta; Minhen sa oko 5,5 miliona prenoćišta itd.

Poseta stranih turista u Nemačkoj povećan je u 2003. godini i iznosio je oko 18,5 miliona posetilaca.

Na osnovu statističkih podataka turistička privreda u 2001. i 2002. godini je prvi put doživela blagi pad. Prema statistici u Nemačkoj je bilo 2.400 preduzeća od kojih 1.400 ugostiteljskih, 180 kamping mesta i oko 580 putničkih agencija.

Relativan pad turističke posete izazvan je i zbog većih socijalnih davanja u vidu poreza, kao i uvođenje ekološkog poreza.

U tom periodu došlo je i do smanjenja investicija u turističku privredu. Posebno se odrazila slaba privredna konjunktura na rad turističkih predstavništava i biroa posle terorističkog napada na Njujork 2001. godine. (Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main.)

1.4 Značaj i uloga saobraćaja u turizmu

1.4.1 Železnički saobraćaj

Železnički saobraćaj posmatrano sa aspekta turističkih putovanja ostvario je 1998. godine promet od oko 8 milijardi DM. Zbog određene stagnacije prevoza turista nemačke železnice uvele su niz povoljnosti radi povećanja turističkih putovanja. Treba ukazati na sledeće mere:

- Uvođenje brzih i savremenih vozova do turističkih mesta sa odgovarajućim konforom namenjenim specijlno turistima.
- Uvođenje i davanje posebnih olakšica za prevoz turista sa biciklima.
- Uvođenje posebnih linija prema turističkim destinacijama Severnog i Baltičkog mora, sa posebnim olakšicama.
- Zajednička saradnja turističkih regiona i organizatora turističkih putovanja između željezničkih stanica i hotela.
- Specijalne tarife za ljude koji putuju na godišnji odmor, specijalne karte za godišnji odmor za turiste koji putuju bez auta.

Da bi železnički saobraćaj mogao da privuče veći broj turističkih putnika, Nemačke željeznice izvršile su uvođenje novih modernijih vagona sa mnogo tehničkih inovacija,

U cilju daljeg povećanja broja putnika sklopljen je sporazum između željeznice i nemačke avio-kompanije "Lufthansa" koja je preuzela prevoz putnika direktno do aerodroma i nazad. Posebno treba naglasiti železničke linije koje vode do frankfurtskog aerodroma. Sve ove mere pokazuju da železnički saobraćaj u odnosu na drumski i avio saobraćaj ima želju da donekle popravi svoj položaj u prevozu turista.

Nemačka željeznica je se željeznicom bivše DDR fuzionisale u zajedničko preduzeće, izvršena je privatizacija i reorganizacija železničkog saobraćaja 1994. godine. Ukupna dužina železničkih pruga na početku 2003. godine iznosila 40.638 km dužine. Od ukupne dužine 48,8% bilo je elektrificirano što je iznosilo blizu 20.000 km.

Broj železničkih stanica na početku 2003. godine iznosio je 5.256 što je značajno smanjenje u odnosu na prethodne godine. Od ukupnog broja železničkih stanica samo 1.300 su zadržali funkciju pravih železničkih stanica.

Veliki broj železničkih stanica u cilju racionalizacije uveo je automate za prodaju karata. Nemačke željeznice su u 2003. godini prevezle 2.028 milijardi putnika; od toga blizu dve milijarde putnika je prevezeno u lokalnu a oko 117 miliona u međunarodnom saobraćaju.

Od 1994. godine Nemačke državne željeznice pristupile su privatizaciji.

Važni projekti Nemačkih željeznica za 2003 i 2004. godinu bile su:

- Saniranje i modernizacija železničkih pruga i poboljšanje finansijske situacije, kao i smanjenje zakašnjenja željeznice.
- Izgradnja i modernizacija velikih železničkih stanica a posebno železničkih stanica u Berlinu.
- Modernizacija železničkih linija radi povećanja brzina; naročito na pravcima Minhen – Nirberg – Erfurt – Berlin; zatim Minhen – Štuttgart – Bazel – Berlin – Hamburg – Frankfurt. (Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main.)

Putnički železnički saobraćaj posle smanjenja broja putnika u 2002. godini dovelo je i do smanjenja prometa za 3,2 milijarde evra. Ovo smanjenje nastalo je iz više razloga, a to su slabljenje privredne konjunktore i realnih primanja kao i smanjenje tačnosti željeznica itd.

Železnički saobraćaj u prevozu roba beleži povećanje što znači da ima suprotan trend u odnosu na prevoz putnika.

Vazdušni saobraćaj

Vazdušni saobraćaj u Nemačkoj doživljava izuzetan rast, broj putnika na 17 Nemačkih međunarodnih aerodroma povećan je sa 120.000000 putnika 1997. go-

dini na 128.000000 u 1998. godini. Prema planovima ovaj rast predviđa do 2010. godine na 200.000000 putnika. (Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main.)

Zbog dinamičnog rasta vazdušnog saobraćaja u 1998. godini Savezna vlada i pokrajinske vlade donele su zajednički koncept o proširenju kapaciteta i modernizaciji aerodroma u Nemačkoj. Zbog snažnog razvoja avionskog saobraćaja postignut je dogovor o hitnoj izgradnji i proširivanju aerodroma i neophodne infrastrukture. U cilju ekološke zaštite neposrednog prostora i zaštite od zagađivanja atmosfere ugljen-dioksidom, a u cilju razvoja vazdušnog saobraćaja radi pre-

Verkehrsleistungen der wichtigsten internationalen Flughäfen 2002 (nach ADV)				
Flughafen	Passagiere in Mio.	Veränderung 02/01	Fracht in Mio. t	Veränderung 02/01
	(jeweils an, ab und Transit)			
Atlanta/Hartsfield	76,9	+ 1,3%	0,734	- 0,2%
Chicago/O'Hare	66,6	- 1,3%	1,474	+13,4%
London /Heathrow	63,3	+ 4,3%	1,311	+ 3,7%
Tokio/Haneda	61,1	+ 4,1%	0,707	- 2,5%
Los Angeles	56,2	- 8,7%	1,780	+ 0,3%
Dallas/Fort Worth	52,8	- 4,2%	0,670	- 9,7%
Frankfurt/Rhein-Main	48,4	- 0,2%	1,632	+ 1,1%
Paris/Charles-de-Gaulle	48,4	+ 0,7%	1,626	+ 2,2%
Amsterdam/Schiphol	40,7	+ 3,0%	1,289	+ 4,4%
Denver	35,7	- 1,2%	0,333	- 7,2%
Phoenix/Sky Harbor	35,5	+ 0,3%	0,310	- 1,5%
Las Vegas/McCarran	35,0	- 0,5%	0,050	-12,5%
Madrid/Barajas	33,9	- 0,4%	0,331	+ 0,2%
Houston/G. Bush Intercont.	33,9	- 2,6%	0,330	- 2,4%
Hongkong	33,9	+ 4,1%	2,505	+19,3%
Minneapolis/St. Paul	32,6	- 3,3%	0,316	- 8,0%
Detroit/Wayne	32,5	- 0,5%	0,324	- 4,6%
Bangkok	32,2	+ 5,1%	0,957	+13,7%
San Francisco	31,5	- 9,2%	0,590	- 7,2%
Miami	30,1	- 5,1%	1,624	- 0,9%
New York/J.F. Kennedy	29,9	+ 2,0%	1,590	+ 6,3%
London/Gatwick	29,6	- 5,0%	0,315	- 0,9%
New York/Newark	29,2	- 6,1%	0,850	- 5,0%
Singapur/Changi	29,0	+ 3,2%	1,660	+ 8,5%
Tokio/Narita	28,9	+13,8%	2,002	+19,1%
Peking	27,2	+12,3%	0,669	+13,2%
Seattle/Tacoma	26,7	- 1,3%	0,375	- 6,7%
Orlando	26,7	- 5,7%	0,140	- 6,2%
Toronto/Lester B. Pearson	25,9	- 7,5%	0,310	- 8,2%
St. Louis/Lambert	25,6	- 3,9%	0,190	-12,1%
Rom/Fiumicino	25,3	- 0,9%	0,270	+ 4,3%
Philadelphia	24,8	+ 1,0%	0,541	+ 4,4%
Charlotte/Douglas	23,6	+ 1,8%	0,120	- 8,9%
Paris/Orly	23,2	+ 0,6%	0,210	+ 4,2%
München/F. J. Strauß	23,1	+ 2,1%	0,166	+12,3%
Sydney/Kingsford Smith	22,8	- 7,9%	0,510	- 2,1%
Boston/Logan	22,7	- 7,3%	0,388	- 1,8%

Najveći aerodromi na svetu prema prevozu putnika i roba u 2002. godini. Izvor: Zahlen-Daten, Fakten, 2005, Fischer, Taschenbuch Verlag, Frankfurt/Main

voza turista, Savezna vlada donela je niz mera radi saniranja posledica koje su izazvane razvojem vazdušnog saobraćaja. Na nivou internacionalnih aktivnosti donet je "Koncept o razvoju avio-saobraćaja od septembra 1997. godine u kojem je u saglasnosti sa "Međunarodnim civilnim vazduhoplovstvom (ICAO)" i Evropskom unijom u cilju smanjenja izduvnih štetnih gasova i smanjenu buke prilikom poletanja i sletanja aviona.

U cilju realizacije navedenog projekta uključena je Savezna vlada u okviru naučnog razvoja vazdušnog saobraćaja i uvođenja tehničkih inovacija na avionima, korišćenje novih vrsta goriva kao i sa smanjenom potrošnjom u cilju zaštite prirodne sredine.

I pored slabog pada prevoza putnika u vazdušnom saobraćaju u godini 2001. i 2002. godini, dolazi do oporavka u 2003. godini. Jedan od razloga je i pogoršana ekonomska situacija posle terorističke akcije u 2001. godini u Americi, rat u Iraku, opasnost od terorističkih akcija, epidemije SARS-a, kao i određene privredne stagnacije u najrazvijenijim zemljama sveta. Tome treba dodati i povećanje cene kerozina zbog rata u Iraku.

Padom prometa putnika na redovnim linijama u avio-saobraćaju uticali su i pojava novih avio – čarter kompanija (Ryanair, Berlin Air, Germani-wings u.a.), koji su sa izuzetno niskim cenama doživele naglu ekspanziju u povećanju prevezenih putnika. Samo u 2003. godini je sa njima prevezeno 3.5 milijarde putnika. Ove avio-kompanije svake godine proširuju broj letova naročito na Evropskim destinacijama a sve više i više se uključuju u prevoz turista i na van evropske turističke destinacije.

U Nemačkoj godine 2003. došlo je porasta prevoza putnika u avionskom saobraćaju za 4,1% i iznosio je ukupno oko 144.000.000 prevezenih putnika na 23 aerodroma. Najveći aerodrom je aerodrom u Frankfurtu sa oko 48 miliona putnika. Ostali veći aerodromi su aerodrom u Minhenu zatim aerodrom u Diseldorfu i u Berlinu.

Glavni cilj putnika u avio-saobraćaju bila su putovanja Španiju sa 8,5 miliona putnika u 2003. godine, zatim u Tursku 4,5 miliona, Veliku Britaniju oko 4,4 miliona, Italiju oko 3,6 miliona, SAD oko 3,5 miliona. Prevoz avio-putnika u druge Evropske zemlje iznosio je oko 38,5 miliona putnika; za SAD 5,3 miliona putnika, prema Aziji 4,1 milion putnika.

Najvažnija turistička destinacija iz Nemačke vodila je prema Palma de Mallorca sa 2,4 miliona putnika, Antalia 2,3 miliona, London sa oko 2,3 miliona, Pariz 1 milion putnika i td.

Nemačka je u 2002. godini imala 20.102 aviona, od toga 8.754 većih oko 900 helikoptera.

Zbog snažnog razvoja vazdušnog saobraćaja dolazi do posebne izgradnje novih vazduhoplova. Najznačajniji projekat je izgradnja aviona AIRBUS A-380, sa oko 650 mesta i spada među najveće putnicke avione u svetu. Ovaj avion je izgrađen u saradnji sa nekoliko zemalja Evropske unije. (Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main.)

1.4.3 Automobilski saobraćaj

SR Nemačka spada među zemlje sa najvećim brojem automobila na svetu u odnosu na broj stanovnika. Prema podacima iz 2002. godine u Nemačku je bilo registrovano oko 48 miliona vozila sa tendencijom daljeg rasta. Proizvodnja automobila i ostalih saobraćajnih vozila ima dugu tradiciju u Nemačkoj i po proizvodnji vozila spada među najkvalitetnije u svetu. Prema statističkim podacima u 2003. godini u individualnom prevozu sa sopstvenim automobilom prevezeno u 715 milijardi osoba. U javnom saobraćaju – autobuski prevoz iznosio je oko 9,2 milijarde prevezenih putnika. U prevozu roba u ovom tipu saobraćaja prevezeno je 3.150 milijardi tona robe.

Proizvodnja automobila i kamiona u 2003. godini iznosila je 5.150.000. Izvoz vozila u 2003. godini povećan je 71,2% i iznosila je 3.666 miliona. Proizvodnja vozila spada među najznačajnije privredne grane Nemačke sa ukupno oko 800.000 zaposlenih.

Automobilski saobraćaj igra veoma važnu ulogu u turističkoj privredi SR Nemačke, kako u domaćem tako i u turističkim putovanjima u inostranstvu. U Nemačkoj postoji veliki broj savremenih auto puteva koji su povezani sa svim ostalim državama članicama Evropske unije.

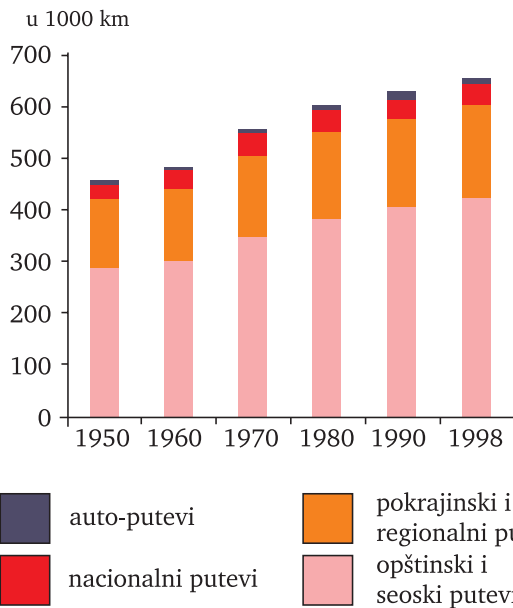
Automobilski saobraćaj igra važnu ulogu u turizmu i susednim zemljama. Treba naglasiti i probleme koji su vezani za povećanje cene goriva. Uvođenje novih motora sa smanjenom potrošnjom goriva i uvođenje zaštimih filtera radi smanjenje izduvnih gasova je jedana od mera u cilju zaštite prirode.

Javni saobraćaj

Javni saobraćaj u turističkim mestima i gradovima ima važnu ulogu. Za poboljšanje javnog prevoza, u značajnim turističkim mestima, svake godine Vlada Nemačke investira u izgradnju puteva i prevoznih sredstava. Ovo se finansira od prihoda koji se ubiraju od poreza na benzin i naftu. Izgradnja i modernizacija elektronskih sistema u cilju dobijanja turističkih informacija o redu vožnje u javnom saobraćaju, uticala je na mnoga poboljšanja javnog saobraćaja u važnim turističkim mestima.

Vodeni saobraćaj

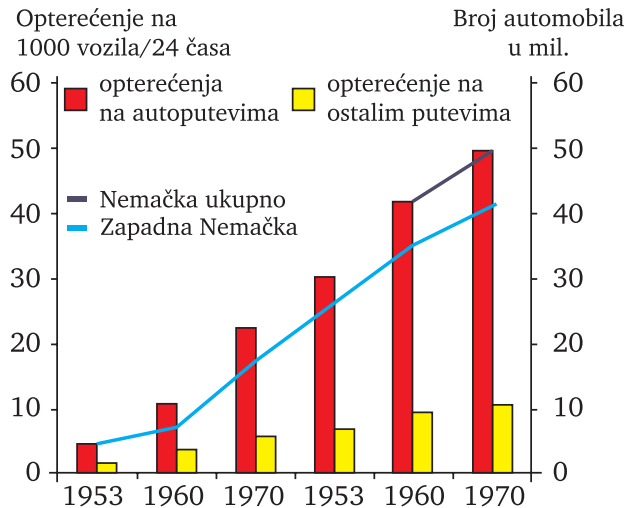
Pomorski saobraćaj je povećao učešće u prevoz turista. Od 1998. godine do danas za samo 8,1 %, a u SAD u isto vreme ova vrsta saobraćaja doživela je porast od preko 20 %. Kružna turistička putovanja postaju sve traženija. Samo u prvoj polovini 1999. godine postojao je 41 brod koji je obavljao kružna turistička putovanja po celom svetu. Severno more je bilo na prvom mestu u svetu po ovakvim putovanjima, ispred Kariba (po broju turističkih brodova).



Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main

Dužina javnih puteva u SR Nemačkoj od 1950.. do 1998. godine

Na ovom grafikonu možemo konstatovati kontinuiranu izgradnju putne saobraćajne mreže u Nemačkoj od 1950. do 1998. godine. Tendencija izgradnje puteva se intenzivno nastavlja, naročito na području nekadašnje Istočne Nemačke.



Izvor: Zahlen, Daten, Fakten, 2005, Frankfurt/Main

Broj registrovanih motornih vozila i stepen opterećenosti puteva u 1000 vozila za 24 časa, u periodu od 1953. do 1998. godine

Grafikon pokazuje veliku opterećenost puteva kao uzrok stalnog povećanja automobila na nemačkim putevima. Potreba za izgradnjom novih puteva uz tehničko usavršavanje motora, radi smanjenja izduvnih gasova (motori sa filterom Euro-4)

Saobraćajni propisi i regulisanje motornog saobraćaja (teških vozila za vreme praznika i godišnjih odmora)

Postoji zabrana vožnje kamiona i vojnih vozila za vreme godišnjih odmora, subotom i nedeljom i u mesecima julu i avgustu, i to u vremenu od 7-20 časova. Ta zabrana važi za vozila nosivosti preko 7,5 tona, uključujući i prikolice. Ova zabrana važi i u dane državnih, i verskih praznika u Nemačkoj. Propisi se odnose na sve auto-puteve i glavne nacionalne puteve. Ovi saobraćajni propisi doneti su u cilju poboljšanja pokretljivosti turista na nemačkim putevima.

Od 1998. godine izvršena je automatizacija informativnog sistema na nemačkim putevima, kao i servisno-informativne službe za pomoć u saobraćaju. Servisne službe i informacije (Traffik Message - Channel), kao i radio-veze (Radio-Daten-System - RDS), ne pružaju samo informacije koje se odnose na područje Nemačke, već i one koje se odnose na stanje na putevima u okolnim zemljama.

Ovo je značajna pomoć za vozače automobila i motora. Milionima vozača na putevima Nemačke veliku pomoć tokom putovanja pružaju auto-moto klubovi. Jedan od najvećih je Auto-moto klub (ADAC) koji ima blizu 15 miliona članova.

Zaštita nemačkih turista u inostranstvu

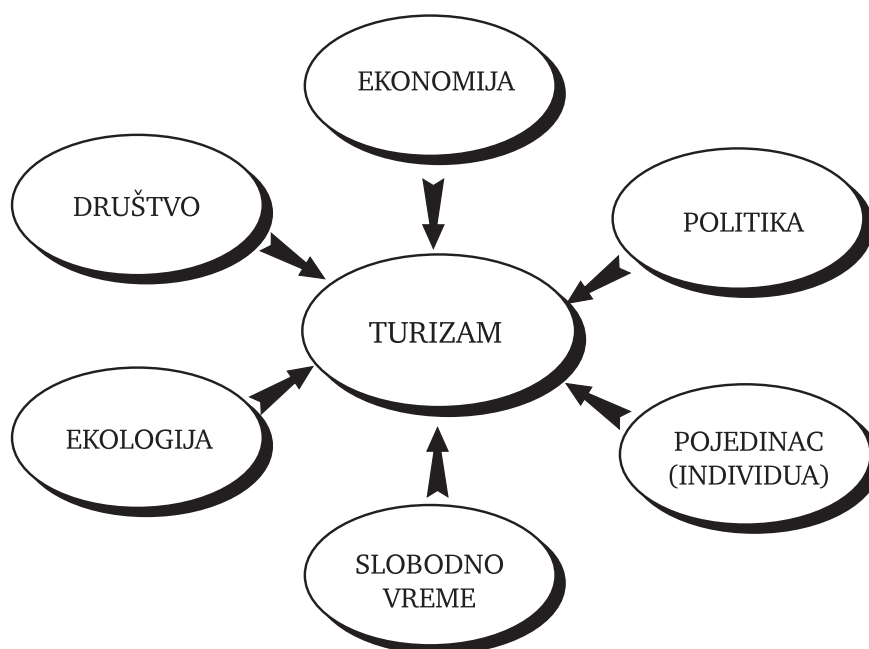
Pre putovanja nemačkih turista u inostranstvo, bilo da se ono izvodi u sopstvenoj režiji, ili ga organizuju turističke agencije, turistima se pružaju kompletne informacije o zemlji u kojoj će boraviti. To su najvažnije informacije o prirodno-geografskim, socijalnim, političkim, ekonomskim i zdravstvenim uslovima u mestima putovanja. Takođe se za vanevropske zemlje preporučuju naknadna osiguranja za dobijanje kvalitetnih medicinskih usluga, pravne pomoći itd.

Ministarstvo inostranih poslova daje preko telefona i interneta (<http://ww.auswartiges-amt.de>) sve informacije nemačkim turistima u inostranstvu, neprekidno, tokom 24 časa. Ove informacije preko Ministarstva inostranih poslova, ambasada i konzulata mogu se dobiti za preko 200 zemalja sveta. Sve potrebne informacije mogu se dobiti i preko turističkih i agencija i od avio-predstavnikâ u svetu.

Preko nemačkih konzulata u svetu nemački turisti mogu, pored pravne pomoći, dobiti i novčanu pomoć kako bi se vratili u zemlju. Brzina i kvalitet rešavanja problema turista govori da su ove aktivnosti oslobođene birokratske krutosti. Sve navedene mere znatno su doprinele omasovljenju putovanja po zemlji i u inostranstvo.

1.5 Turistički marketing

Turistički marketing je uglavnom izražen kroz praktičnu primenu i kao racionalno prenošenje saznanja na turizam. Pod marketingom se često podrazumeva samo reklama, izrada prospekata i učestvovanje na sajmovima.



Izvor: Freyer Walter (1995): *Tourismus: Einführung in die Fremverkehrökonomie* - München (Wien) Oldenburg, 2001, 7. Auflage

Faktori koji utiču na turizam

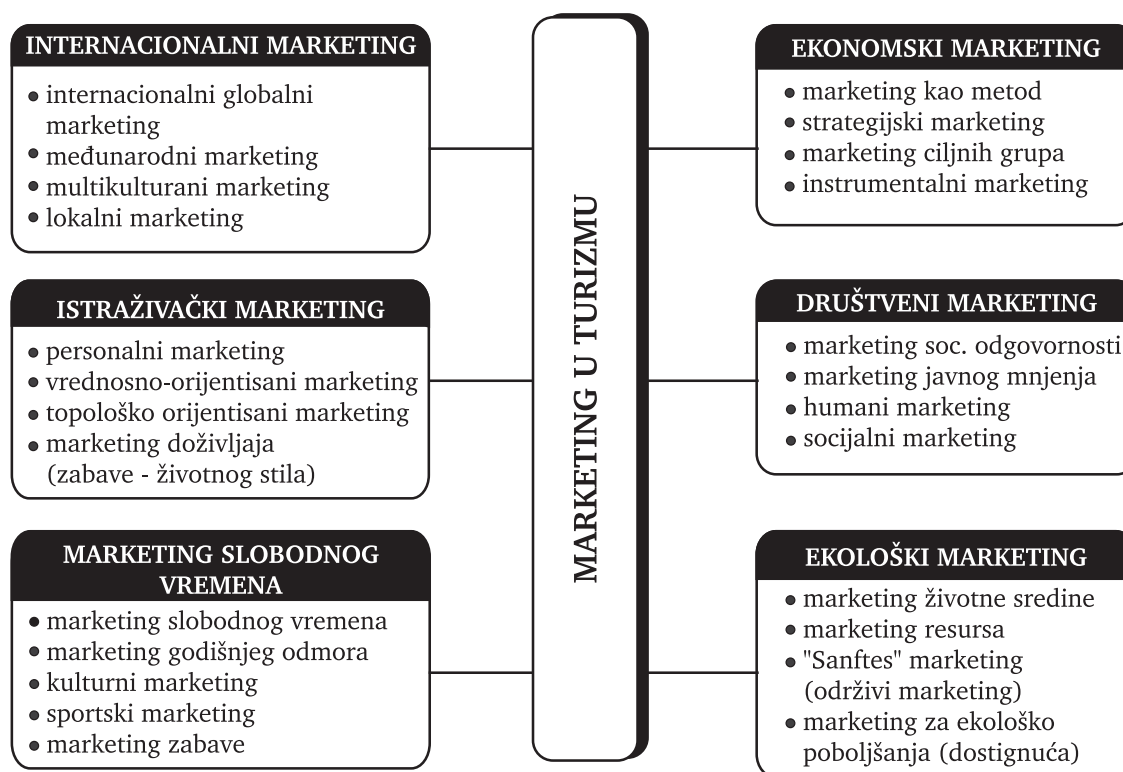
Prenos i primena opšteg marketinaga na turističku privredu

Ovaj pravac koji je više teoriski orijentisan prema izučavanju turističkog marketinga razvio je na osnovu tradicionalne marketing metode (npr. Kotler 1989, Kotler, Blieml 1995, Meffert 1986, 1994, Neischlag/Dichtl, Horshgen 1991), turizam se predstavlja kao turistička industrija i turistički produkti se prezentiraju slično kao konzum – produkti.

Turističko tržište i njegove karakteristike

Marketing koncepcija predstavlja savremenu filozofiju organizacije vođenja preduzeća, a u ovom slučaju turističkih privrednih subjekata. Sam pojam “marketing” ne može se adekvatno prevesti na naš jezik. Marketing koncept obuhvata sistem analize, planiranja i rukovođenja privrednim subjektom. Postoje mnoge definicije marketinga. Nekadašnja koncepcija marketinga, u suštini, znatno se razlikuje od savremene koncepcije marketinga. Po Kotleru (*Marketing-Management*, New Jersey, str. 12, 1967), “Marketing je analiziranje, organizovanje, planiranje i kontrolisanje potencijalnih izvora kupaca, politike i aktivnosti preduzeća sa stanovišta želje da se zadovolje potrebe i zahtevi izabranih grupa kupaca i na toj osnovi ostvari dohodak.”

Stari marketing koncept bio je okrenut proizvodnji, kao centru poslovne politike. Nova, savremena marketing koncepcija, okrenuta je kupcima, odnosno potrošačima. Savremene funkcije marketinga su: istraživanje turističkog tržišta;



Izvor: Freyer Walter (1991): *Ganzheitliches Marketing in Tourismus*

Osnove turističkog marketinga

prodaja turističkih aranžmana; planiranje i izgradnja turističkih objekata i infrastrukture uz poštovanje ekoloških kriterijuma; razvoj saobraćaja i propagandne turističke aktivnosti, uz korišćenje savremenih medija kao i veze sa javnošću. U nemačkoj literaturi "Marketing u turizmu" (Tourismus-Marketing) data je šema u kojoj se navode njegove osnovne karakteristike.

Druga tabela pokazuje zavisnost turizma od ekonomije, društva, ekologije, slobodnog vremena, politike i afiniteta pojedinaca.

Turistički marketing je uglavnom prikazan kroz praktičnu primenu tradicionalnih marketing metoda, koje su se dalje razvijale (Kotler, 1989, Kotler/Blieml, 1995, Meffert, 1986, 1994. i Neischlag/Dichtl, 1994, kao i kod Horshagena, 1991). Kod drugih autora turistički marketing se ne obrađuje samostalno, već u okviru opšteg marketinga. Ovaj pristup tipičan je za većinu priloga (Haedrich, 1993, Roth/Schrabd 1995, Seutz/Wolf 1991, Studienkreis-Stanberg 1970, 1972, 1993, 1975, 1992, With/Moutinho 1994).

Poseban pristup turističkom marketingu, kao posebnom predmetu proučavanja, može se naći u delu prof. dr. Valtera Frejera "Turistički marketing". Istraživanje turističkog tržišta sa aspekta ponude i potražnje postalo je nezamenljiva marketing-koncepcija.

Osnove turističkog marketinga

1. Ekonomski marketing:

- a) marketing kao metoda;
- b) strategijski marketing;
- c) marketing ciljnih grupa;
- d) instrumentalni marketing.

2. Društveni marketing:

- a) marketing socijalne odgovornosti;
- b) marketing javnog mnjenja;
- c) humani marketing;
- d) neprofitni marketing;
- e) socijalni marketing.

3. Ekološki marketing:

- a) marketing životne sredine;
- b) marketing resursa;
- c) "Sanftes" marketing (održivi marketing);
- d) marketing za ekološka poboljšanja (dostignuća).

4. Marketing orijentisan na slobodno vreme:

- a) marketing slobodnog vremena;
- b) marketing godišnjeg odmora;
- c) kulturni marketing;
- d) sportski marketing;
- e) marketing zabave.

5. Istraživački marketing:

- a) personalni marketing;
- b) Vrednosno orijentisani marketing;
- c) topološki orijentisan marketing;
- d) marketing doživljaja (zabave, životnog stila).

6. Internacionalni marketing:

- a) internacionalni - globalni marketing;
- b) međunarodni marketing;
- c) multikulturalni marketing;
- d) lokalni marketing.

Izvor: Freyer, Walter, 1995, Tourismus: Einführung in die Fremdverkehroekonomie - Munchen*/ Wien / Oldenburg, 2001

Turistički marketing u Nemačkoj

Nemačka vlada je još 1999. godine izdvajala oko 40 mil. DM za pomoć Turističkom savezu Nemačke radi razvoja domaćeg i inostranog turizma. Pomoć su dobijale turističke marketinške organizacije na pokrajinskom i mesnom nivou. Novac za razvoj turizma i pomoć organizacijama nastavljena je u još većem obimu i tokom 2005. godine. Marketinške i reklamne kampanje bile su podržane za konkretne aktivnosti. Tako, na primer, u 1998. godini država je finansirala nekoliko značajnih kulturnih prezentacija - to je bila godina Lutera, 1999. godina, bila je godina Getea, a 2000. godina - godina Baha. Strani gosti, koji su prisustvovali ovim kulturnim manifestacijama bili su oduševljeni. Poseta stranih turista rezultirala je znatnim finansijskim efektima. Godina 2001. bila je u znaku kulturno-turističke manifestacije "Čista romanika u Nemačkoj". Ova turistička manifestacija, organizovana pod okriljem Turističkog saveza Nemačke, bila je marketinški orijentisana, kako na domaće tako i na strane posetioce.

Sve ove kulturne aktivnosti bile su povezane sa razgledanjem gradova, posetom banjama i klimatskim mestima, a bilo je omogućeno i upoznavanje sa životom Nemaca, njihovom kulturom, kuhinjom i ostalim. Pomoć države i pokrajinskih ministarstava za privredu bila je značajna; godine 1999. izdvojena su određena finansijska sredstva za projekte koji su preduzeti zbog marketinške kampanje u kojoj je reklamiran turistički imidž Nemačke. Nosioци ovih projekata bili su Savezni centar za turizam i pokrajinski i mesni turistički biro. Za ovu svrhu u budžetu su predviđena sredstva i u 2006. godini.

Marketinška turistička koncepcija okrenuta je ka povećanju posete stranih gostiju, naročito iz SAD, Velike Britanije, Holandije i dr. U ovu marketing kampađu uključile su se ne samo turističke agencije, već i nemačka železnica.

Nezavisno od državnih subvencija, turističke i ostale organizacije (koje imaju veze sa turizmom) dobijaju pomoć i od pokrajina (80 mil. u 1999. godini), i od turističkih regiona

Turističke marke

U turističkoj privredi, a naročito u turističkoj ponudi, potrebno je izgraditi prepoznatljive turističke marke kao garancije kvaliteta turističkih usluga. Dugoročno gledano, uspeh na turističkom tržištu mogu imati oni koji uspešno izgrade svoju prepoznatljivu marku iza koje stoji kvalitet turističkih usluga, uz uključivanje svih učesnika u realizaciju turističkih zadataka. Ovde dajemo primer reklame planinskog turističkog regiona Vorarlbert.

"Vorarlberg – odmor u harmoniji"

Cilj turističke posete je postizanje harmonije između ljudi i prirode. Kvalitet turističke usluge je visok i stalno se radi na organskom i inovativnom razvoju, na pružanju usluga visokog kvaliteta, gostoljubivosti i sl. Potencijalnom gostu se preporučuje "odmor u harmoniji".

Marke, a posebno turističke marke, moraju ispunjavati sledeće:

- **Informacija stvara poverenje** – ukupna količina informacija treba da bude u funkciji stvaranja poverenje. Turistički predstavnici moraju davati informacije sa punom odgovornošću i kompletnim objašnjenjem u vezi ponude koja se prezentira.
- **Kontinuitet u komunikaciji** – kontinuitet igra važnu ulogu u stvaranju imidža i turističke marke.
- **Imidž kao dodatni indikator** – reklame izraziti kroz osećanja. U klasičnoj teoriji stoji da je osnovni princip reklame povezivanje tri elementa: osećanja – trgovina – učenje.

Važno je odrediti interne ciljne grupe, tj. prilikom reklamiranja određenog turističkog sadržaja treba voditi računa kome se reklamna poruka upućuje.

Očuvanje kontakta sa gostima pre, za vreme i posle boravka veoma je važan marketinški potez jer doprinosi čuvanju gostiju za ponovne posete; zadovoljni gosti i sami vrše dodatno reklamiranje turističkih sadržaja kod svojih rođaka i prijatelja. U Nemačkoj ova vrsta propagande naziva se “Mund-Propaganda”, što u prevodu znači “usmena propaganda”.

Osnovni elementi turističke marke su kvalitet, simpatija, prepoznatljivost, poverenje, sigurnost. Pored navedenih elemenata, za stvaranje marke potrebna je fascinacija, lepota, logičnost i vrednost doživljaja.

Marke u turizmu

Uspeh godišnjeg odmora mnogo zavisi od gotovo svih direktno i indirektno zaposlenih u turizmu (hotelskih portira, čistačica, taksi-vozača). Uslužne delatnosti igraju važnu ulogu u postizanju osećanja zadovoljstva na odmoru. Poznato je iz ličnih iskustava da individualna neljubaznost bilo koje zaposlene osobe u turističkom mestu može negativno uticati na turistički imidž nekog hotela ili mesta. Iskustvo u markama u turizmu i u ostalim uslužnim delatnostima još je relativno nerazvijeno. Pioniri u ovom poslu su velike turističke kompanije koje se bave prevozom i pojedini hoteli.

Turistički ekspert, dr Smerl, smatra da turistički regioni moraju stvarati svoje turističke marke isto kao što to čine i veliki koncerni. Marken-tehnika je jedan deo marketing instrumenata i predstavlja važnu orijentaciju za turističku klijentelu. Marka, kao zaštitni znak kvaliteta, mora se čuvati i negovati. Marke treba da budu osnovane na snažnoj ideji; bez profila nema marke. One se mogu razlikovati po formi, vrsti slova i boja na reklamnom materijalu. Firme kada se reklamiraju, one izborom boja na reklamnom materijalu šalju signale o čemu je tu reč, jer boje igraju važnu perceptivnu ulogu. Znak neke firme, benzinske pumpe i sličnog prepoznajemo putem boja koje su upotrebljene na njemu (pepsi-cola). Boje uslovno možemo podeliti na “muške” i “ženske”.

Ženske boje

Crvena, roza, violet, bela, tamnoplava, žuto-zelena.

Muške boje

Oker, plava, oranž, siva, purpurna, braon, svetlo-zelena.

Boje se mogu podeliti na “tople” boje (crvena, oranž, žuta, žuto-zelena) i “hladne” boje (violet, plava i tamno-zelena).

U reklamne svrhe 80 % se koriste afektivne boje, samo 20 % su kognitivne boje.

Uticaj boja

Crvena boja izaziva pozitivne asocijacije, kao što su: toplota, ljubav, ekstaza, dinamičnost.

Boje i forma

Ne samo boje, već i forma reklame utiču na stvaranje određene marke. Poznati su mnogobrojni primeri gde se marka koristi kao zaštitni znak neke firme, npr. avio-kompanija LUFTHANSA, JAT i dr. Uz tri osnovne boje (crvena, žuta i plava) idu tri osnovne geometrijske forme: kvadrat, trougao i krug.

Ime marke

Ime jedne firme (agencije, turističkog objekta, avio-kompanije) traju dugo, pa zbog toga treba da bude kratko, lako za pamćenje, da proizvodi potrebne asocijacije i da ima formu simbola. Treći element prepoznatljivosti jedne marke su slova. Pismo je, posle grafičkog znaka i boje, treća karakteristika marke kao zaštitnog znaka.

Muzičke marke

Sa razvojem Interneta i zaštitnih znakova određenih firmi, može se koristiti i muzika kao asocijacija na neke turističke ponude, npr. za putovanje u Bavarsku – početak reklame ide sa tipičnom bavarskom muzikom koja se u određenim reklamnim porukama koristi baš zbog izazivanja asocijacija. Npr., italijanska muzika se koristi da bi asocijala na odmor na moru. Muzika se danas koristi i prilikom slanja internet-poruka.

Po markama neke firme postaju prepoznatljive, ali i robe, hoteli ili mesta za turističku rekreaciju. Marke su upućene na posebnu turističku klijentelu. Potrebno je znati životni stil potencijalne turističke klijentele. Prema izveštaju instituta “Das Institut GfK-international” u turističkoj privredi postoji 16 različitih grupa – životnih stilova, a od toga 5 različitih tipova. Prema dosadašnjim socio-demografskim istraživanjima postoji više životnih stilova:

Prof. Neffert, Münster, u svojoj knjizi “Marke als instrumenten des Wettbewerbs” (Marke kao instrument u konkurenciji) iznosi 6 aspekata, tj. 6 važnih pravila za optimalnu upotrebu jedne marke i to:

- kompetencija (competence);
- kredibilitet (credibility);
- koncentracija (concentration);
- kontinuitet (continuity);
- komitent (commitent);
- kooperacija (cooperation).

Na osnovu časopisa “Financial Word World” procenjuje se da vrednost robnih marki – Coca-cola iznosi 35 milijardi dol., Marlboro = 33 milijarde US dolara, Kodak=10 milijardi, Microsoft=9 milijardi, itd.

1.6. Turizama kao nova kultura konzumiranja

Poslednjih trideset godina u svetu se pojavljuju nove vrste turizma odnosno turističkih putovanja koje pored klasičnih karakteristika i imaju svoje specifične osobine kao nova kultura konzumiranja. Savremeni turista sve više traži nove vrste i nove sadržaje turističkih putovanja. Glavni motivi ovakvih putovanja su upoznavanje sa životom, običajima, i kulturom raznih udaljenih naroda, najčešće u zemljama” trećeg sveta”.

Postoje razne vrste i forme takvih putovanja ali se one mogu svesti pod zajednički naziv “Alternativni turizam”(Alternativtourismus). Alternativni turizam je jedna specifična forma turizma, može se reći jedna filozofija putovanja. Alternativni turizam može se uslovno nazvati i individualni turizam. Često se u stručnoj literaturi može sresti naziv “anti turist” (Pompl).

(Lit: Wilhelm: Aspekt des modern Tourismus– Frankfurt (M-1992, S. 59.) Ovaj turizam je uglavno je vezan za životni stil individualnih turista koji slobodno biraju svoje destinacije.

Ovom tipu pripadaju:

- Individualci
- Avantutisti
- Studijska putovanja
- Putovanja sa” biciklom oko sveta” i dr.

Turističke destinacije su udaljene zemlje na drugim kontinentima, zemljama takozvanog trećeg sveta (Indija, Tajland, Latinska Amerika), koji žele da upoznaju kulturu raznih naroda i autentičan način njihovog života. Alternativni turizam se izjednačava sa pojmom “odmor“ (Christian Sch; Dritte Welt– Tourismus– Berlin-1986, str. 79.)

Životni stilovi posmatrani sa aspekta turizma

Pri istraživanju turističkog tržišta vršena su ranije socio-demografska ispitivanja koja su uzimala u obzir način života ljudi, svetske uzore, vrednosne prioritete, želje, političke stavove, religiju, društveno uređenje, privredu, rad, slobodno vreme itd. Na osnovu ovakvih i sličnih istraživanja došlo se do saznanja o životnim stilovima ljudi. Iz istraživanja instituta (Das Institut GfK-International) proistekla je studija nazvana "Euro-Style-Studie", koja ima značaj za turističku privredu; ona pominje 16 različitih životnih stilova, a 5 stilova je karakteristično za ljude na odmoru. Definisane životnih stilova ljudi ima značaj prilikom istraživanja tržišta.

Klasičan tip korisnika godišnjeg odmora

Ovaj tip turista star je između 45 i 65 godina. Predstavnicima ovog tipa su ožeenjeni i imaju decu koja više ne stanuju sa roditeljima. Po zanimanju su visoki službenici (nameštenici), privatnici ili pripadaju slobodnim profesijama i penzionisanim visokim službenicima sa visokim primanjima.

Potencijalna očekivanja (očekivana ponuda)

Ova grupa očekuje miran godišnji odmor; turisti ove grupe su konzumenti kulture (kulturni tur.). Ovaj tip potencijalnih turista bira za mesto odmora i boravka destinacije gde se mogu odmarati i ići u razgledanje kulturnih znamenitosti. Ovu grupu turističkih konzumenata interesuju prirodne retkosti, lepote prirode, istorijska mesta; zainteresovani su za otkrivanje novih regija i novih zemalja u kojima bi boravili tokom odmora. Generalno gledano, oni žele mir, šetnje i sl. Ovi posetioци su uglavnom učesnici u tematskim izletničkim turama, rado posećuju muzeje, izložbe, voljni su da razgledaju prirodne lepote zemlje u kojoj su, kao i značajnija istorijska mesta, ona koja imaju nacionalni ili internacionalni nivo značajnosti. Turisti ovog tipa su česti gosti mesta gde se upražnjava kulturni i zdravstveni turizam.

Life-Style-Typen

Ovakav tip godišnjeg odmora odgovara životnom stilu konzumenta. Ovaj tip turista interesuje se za sve oblike socijalnog života (politiku, religiju, privredu, rad, slobodno vreme) i za sve novine u socijalnom životu. Zbog svog širokog interesovanja ovakav turista predstavlja "poželjnog" gosta.

Klasičan tip

Stil – konvencionalan & perfekcionista

Atmosfera – lepota, društvenost, luksuz

Stil – klasičan, statičan

Farbe – plemenite (belo, zlatno).

Tip turiste koji zahteva mnogo doživljaja

Ovom tipu pripadaju ljudi koji su mladi ili su srednjih godina (samci, ili parovi), kao i mladi parovi sa decom. Oni potiču iz velikih gradova, često imaju univerzitetsko obrazovanje, zaposleni su u srednjim kompanijama ili u velikim, gde rade menadžerske poslove; neki se bave i slobodnim profesijama i imaju visoka primanja.

Očekivanja na odmoru (očekivana turistička ponuda)

Motivi ovog tipa putujućih grupa su veoma različiti. Oni vole mobilnost, atraktivan odmor, zabave na suncu, na moru i sl., kao i kulturna otkrića u nekoj zemlji. Veoma ih privlače daleka putovanja. Gosti ovoga tipa u proseku imaju duži godišnji odmor, nego što je to slučaj u Evropi. Oni koriste godišnji odmor više puta u toku godine. Ova grupa je autonomna i ne voli kruto organizovana letovanja. Koriste često vikend-izlete i duže aranžmane po čitavoj Evropi. Često su posetioci interesantnih gradova, festivala, kulturnih turističkih putovanja. Mobilnost i aktivan odmor, kao i traženje uvek novih destinacija koje su elitne i egzotične, karakteristika su ovih turista.

Zbog svega, ponuda za ovaj tip turista mora biti veoma fleksibilna; oni često traže diskreciju i nezavisnost, a skloni su i da improvizuju.

Karakteristike

Sklonost – estetika & intelekt

Atmosfera – kultura, umetnost, erotika, iznenađenje

Stil – estetski, improvizacija

Farbe – reducirane, veliki kontrasti

Govor – intelektualan, apstraktan, uobraženost

Mladi uživaoci – turisti

U ovoj grupi turista najviše je mladih ljudi iz gradova koji su, najčešće, neoženjeni i neudati, radnici ili službenici sa prosečnim primanjima.

Potencijalna očekivanja (očekivana tur. ponuda)

Sunce, plaža i more su za ovu turističku grupu najvažniji motiv. Ovom tipu turista najbolje je ponuditi zabavu i relativno povoljne cene. Mogu se ponuditi i neki sportski sadržaji, mada ovi turisti spadaju i u kategoriju onih koji ne žele ničim da se bave, već samo da uživaju u dokolici za vreme odmora. Često imaju želju za otkrivanjem novih mesta u prirodi koja su atraktivna za razgledanje, rado posećuju zabavne parkove i sportske događaje.

Pretpostavke za oblik marke

Psihološke karakteristike – dinamičnost, avantura

Atmosfera – uživanje, provokacija, savremenost

Stil – spektakularno, aktuelno

Farbe – svetleće, šarene, nove farbe

Govor – originalan, plakatívni, izazovan

Mlade familije

Ovoj grupi turista pripadaju ljudi od 25-44 godine starosti, porodice sa decom. Žene su uglavnom domaćice, muževi zanatlije, službenici ili radnici. Ova grupa turista ima prosečna primanja. Njima je za vreme godišnjeg odmora potreban odmor i opuštanje. Idealna forma za ovu grupu je: sunce, plaža, more. Žele pasivan odmor – lenčarenje, malo se kreću, žele zelenilo i mir u prirodi. Odmor sa porodicom podrazumeva i posete zabavnim parkovima. Povoljne cene, uz pružanje mirnog odmora, imaju prioritet kod ove kategorije turista.

Psihološke karakteristike – mir, porodična sreća

Atmosfera – toplina, porodična sreća, sklonost igri

Stil – svakodnevni, pragmatičan, sklonost igri

Farbe – jake, pastelne, šarene

Govor – emocionalan, humoristički

Opredni turistički putnici

Pripadaju srednjoj generaciji, oženjeni su ili udati. Većina na odmor dolazi bez dece jer ona žive odvojeno. Ovu grupu čine radnici, zanatlije, službenici i mlađi penzioneri. Žene su uglavnom domaćice. Ovom tipu turista pripada relativno mali broj visokoobrazovanih ljudi. Uglavnom imaju prosečna primanja. Ova grupa turista većinom očekuje stabilnost i moralni red.

Očekivanja na odmoru (očekivana tur. ponuda)

Psihološke karakteristike – harmoničnost

Atmosfera – tradicija, porodična sreća

Farbe – prirodne, pastelne, malo kontrasta

Govor – jednostavan, veseo, savetnički

1.7. Alternativni turizam

Alternativni turizam se često razume ili objašnjava kao suprotnost masovnom turizmu. Alternativni turista ipak je turista jer za realizaciju svojih putovanja koristi određene usluge jeftine avio – letove, hotele, restorane, menjačnice i td. Alternativni turizam često se može nazvati avanturistički turizam (putovanje na Himalaje, raznim egzotičnim ostrvima itd.).

Tipologija ovih turističkih putovanja predstavlja teškoću da se definišu, razlog je “u individualnosti” svakog turista. Približnu empirijsku tipologiju ponudio je Erih Koen (Erich Cohen, “Toward a Sociology of International Tourism-1993).

Koji je prema motivima putovanja i istakao tri tipa.

1. Upoznavanje "mistike" "Istoka i istočnjačke kulture.
2. Hippije (motivi – droga i sex).
3. Studenti i ostala omladina (motivi upoznavanje raznih kultura i običaja uz ograničeni budžet, korisnici jeftinih prevoznih sredstava, put od "mesta do mesta").

Prema Koenovoj klasifikaciji pored navedenog opšteg motiva navodi i dodatne:

- Rekreacija – odmor (odmor od svakodnevnog života i posla.
- Bežanje od svakodnevnog života "rutine".
- Spiritualnost – otkrivanje novih životnih modela i vrednosti.
- Eksperimenti (istraživači), razni naučno -istraživački projekti.
- Životna filozofija – nova živom saznanja koja donose putovanja u "daleke zemlje".

a) Globtroter – Ruksak

U okviru alternativnog turizma mogu se izdvojiti i posebne vrste turizma, i to: Globtroter i Ruksak – turista, (Globe Globetrotter i Rucksacktourismus).

Sedamdesetih godina u okviru alternativnih putovanja pojavljuju se novi vidovi putovanja u zemlje Južne Evrope (Grčka i Turska) da bi se ovaj vid individualnih putovanja proširio i na treće zemlje sveta kao na primer: Nepal, Avganistan, Istočna Azija.

Ruksak je bio osnovni simbol nove generacije turista čiji su motivi bili upoznavanje sveta i različitih kultura uz korišćenje jeftinog prevoza i smeštaja.

Ovaj tip turizma doživljava iz godine u godinu sve veću i veću posetu i naročito je omiljen među studentskom populacijom u Nemačkoj

b) Etno – turizam (Ethnotourismus)

"ETHNO". Etno – je savremeni termin koji se svakodnevno upotrebljava u životu ljudi kao na primer u muzici, jelu, oblačenju i td.

ETNO – turizam spada u grupu alternativnih turističkih putovanja – putovanja individualaca a osnovni motivi su upoznavanje načina života, običaja, ishrane, religijskih običaja.

Često se pod ovim nazivom podrazumevaju putovanja u daleke zemlje, takozvane egzotične. Ovaj vid turizma ima sve karakteristike kao i prethodni ali sa malo većim naglaskom na Etno – motive.

c) Treking (Ökotourismus) – Ekološki turizam

Ova vrsta Trekking – turiste je dobio naziv koristeći englesku reč "Trekking" "koje približno ozančava putovanje, šetnja kroz prašumu, pustinju ili planine. Sa aspekta turističkih putovanja ona spada u alternativna individualna putovanja ili

u malim grupama. Treba istaći da ova vrsta turizma ima za cilj da upozna nove prirodne prostore na udaljenim kontinentima ima i dodatni naziv Eko – turizam. Prema statističkim podacima navodi se da je još 1991. godine bilo je uključeno u ovu vrstu turističkog putovanja 1064 osobe u raznim zemljama sveta; a oko 50000 posetilo je Nepal. Ovaj vid turizma po svom osnovnom motivu je individualan ali se ponekad mogu formirati manje grupe sa istim interesovanjima.

d) Naučni- turizam

WISSENSCHAFTSTOURISMUS. Naučni turizam spada i grupu alternativnog turizma i nastao je posle Drugog svetskog rata kao poseta naučnika i istraživača u nerazvijene zemlje sveta. Ciljevi proučavanja mogu biti iz oblasti etnologije, biologije, sociologije, ekonomije (Gingrich, Andre "Vom Reisen za andren Kulturen "1992. s. 155.).

Treba razlikovati duga i kratka istraživanja na ovim istraživačkim projektima u "dalekim "zemljama često učestvuju mlađi naučnici čiji su motivi pored upoznavanja načina života i kultura u "Egzotičnim krajevima sveta, "dodatni motivi su prestiž i upoznavanje egzotičnosti dalekih predela kao i povećanje prestiža.

Pored istraživačkih projekata u slobodnom vremenu upoznavajući lokalno stanovništvo njihov načina života istovremeno prenose deo evropske kulture tako da se uslovno može nazvati "Kulturni – imperjalizam".

e) Sex – tourismus

O ovom se problemu poslednjih desetina godina često postavlja pitanje i razmatra se kao tema na mnogim naučnim skupovima. Nažalost, ovaj vid turizma je u ekspanziji, naročito u siromašnim zemljama trećeg sveta. Zbog siromaštva menja se i tradicionalna struktura stanovništva. Atraktivne destinacije SEX – turista su: Tajland, Filipini, Sri Lanka, Senegal, Kenija, Brazil, Dominikanska Republika i dr.

Prema proceni samo na Tajlandu pružanjem ovih vrsta usluga bavi oko 2 miliona žena i dece.

Prema mišljenju Saveznog ministarstva Nemačke koje se bave pitanjima žena procenjuje se da 50% svih turista koji idu na Filipine i Keniju ldu isključivo zbog "Sex – turuzma".

Negativne posledice seks-turizma u tim zemljama su veći broj dijagnostici-ranih raznih polnih bolesti (Sida). Sida prestavlja već globalni problem.

Sex, dečija pornografija, zajedno sa drogom i sidom prestavlja drugu negativnu stranu turističkih putovanja.

U SR Nemačkoj, još 1993. godini doneti su strogi zakonski propisi koji se odnose na zloupotrebu dece u seksualne svrhe kao i produkciju dečije pornografije. Na internacionalnoj konferenciji koja je održana u julu 1990. godine u Manili kao i na zasedanju Azijskog – Evropskog sastanka u Londonu ovi su problemi bi-

li identifikovani kao jedan od velikih međunarodnih problema. Karakter ovih skupova bio je takav da se usaglasila zajednička borba protiv ovih negativnih pojava.

f) Avanturizam (avanturistički turizam – Abenteur und Survivaltourismus)

Ova vrsta individualnih turista pripadaju grupi individualnih turista koji putovanjem u daleke zemlje sa željom za avanturama žele da prilikom putovanja, dožive ekstremne situacije koje se ne mogu svakodnevno doživjeti, neki od njih su poseta vulkanima, ture koje vode kroz prašumu, upoznavanja sa etničkim grupama.

Motivi ovih turista mogu se samo uslovno objasniti. Ponekad je to stvar prestiža, statusa i lične promocije.

Ovaj tip turista često su slične ekspedicijama sa motivom proširivanja saznanja.

g) Radni kampovi (Work-camp)

Ova vrsta putovanja čine obično mlađi ljudi koji dobrovoljno putuju u odrađene radne kampove u ostaju po nekoliko nedelja. Pored rada na poljoprivrednim i drugim poslovima u vidu raznih socijalnih projekata uz istovremeno održavanje raznih seminara mogu ponekad nastati “kulturni šok” kao i teškoće pri sporazumevanju. Motivacije mladih ljudi su upoznavanje novih država i istovremeno uključivanje u razne socijalne programe.

1.8 Klasična turistička putovanja

Seoski turizam (LANDLICHER TOURISMUS)

Odmor na selu kao specifična forma turističkih kretanja i turističke rekreacije u Nemačkoj ima dugu tradiciju.

Naziv “Urlaub auf dem Bauernhof Urlaub” je dosta često medijski prisutan kao poziv da se godišnji odmor ili deo odmora provede na selu. Ranije je najčešće bio namenjen porodicama sa decom a poslednjih godina posećuju ga i ostale kategorije stanovništva i različitih starosnih grupa.

Prema Saveznom zavodu za statistiku u 1998. godini odmor na seoskim imanjima i kućama ostvareno 25 miliona noćenja sa prometom oko 500 miliona evra.

Ovo je dodatni prihod seoskim domaćinstvima., koja su bila uključena u pružanju usluga i smeštaja. Seoski turizam igra značajnu ulogu za gradsko stanovništvo koje traži odmor u prirodi koristeći seosku zdravu hranu, provod na čistom vazduhu i upoznavanjem seoskog načina života i običaja.

Često se i sami turisti prilikom svog boravka uključuju u svakodnevne seoske radove zajedno sa svojom decom kao vid turističke rekreacije. Često su i sa-

mi posetioци uključeni u razne druge aktivnosti kao na primer, spremanje hrane po seoskim receptima. Planinarenje, šetnje i kupanja čini bogatiji sadržaj odmora na selu. Treba ukazati i na veliki edukativni značaj za decu prilikom boravka u seoskim uslovima, gde pored ostalog imaju direktan kontakt sa domaćim životinjama i drugim poslovima vezani za selo. Nemačka zbog različitih prirodnih reģija pruža mnoge varijanta odmora na selu počev od Severnog i Baltičkog mora pa sve do Bavarske i Alpa na jugu.

Razvoj seoskog turizma ima svoju dugu tradiciju i mogu se naći još u 19. veku na obalama Severnog i Baltičkog mora u ribarskim naseljima. U Alpskim selima ovaj vid turizma ima takođe dugu tradiciju. Današnja klasična turistička mesta – seoskog turizma nalaze se na gotovo svim planinama (Alpi, Švarcvald, Harc, i dr.).

Seoska naselja u Nemačkoj imaju uglavnom izgrađenu celokupnu infrastrukturu i sa razvijenom svešču o zaštiti prirodne sredine. Prema mišljenju mlađih autora (Schulz 1978 str. 151), dodaju da pored prirodnih i kulturnih potencijala seoskog mesta treba uzeti u obzir i neophodnu infrastrukturu (smeštajne objekte, restorane, kafane, pansione i dr.).

Saobraćajna infrastruktura (putevi) železnički saobraćaj, udaljenost aerodroma, ostala prevozna sredstva, parkirališta, šetališta, trim-staze i dr. takođe igraju važnu ulogu pri procenjivanju turističkih potencijala nekog mesta (sela).

Pored navedenih, važnu ulogu imaju još: snabdevanje vodom, energijom, postojanje kanalizacije kao i odvod i prčiščavanje otpadnih voda. Ova metoda uključuje i potencijalne vrednosti kulturnog prostora, kao na primer postojeći objekti, kulturno-istorijski spomenici, običaji i dr.

Perspektive razvoja seoskog turizma u našoj zemlji

Seoski turizam poslednjih decenija počeo je dosta stidljivo da se razvija u našoj zemlji. Značaj razvoja seoskog turizma uglavnom je isti u načelu kao i u Nemačkoj, ali verovatno još dugo neće dobiti turističku važnost koju ima u Nemačkoj. Razlozi su mnogobrojni. Treba navesti samo neke: naši gradski centri kao što su Beograd, Novi Sad, Niš, Subotica, Podgorica i dr. još uvek su dosta čvrsto na razne načine povezani sa selom.

Treba istaći da značajan deo sadašnje gradske populacije ima blisko poreklo sa sela. Poseta selima i rođacima dosta je česta i uglavnom je bez turističko - rekreativnih motiva. Sa razvojem gradova, industrije i uslužnih delatnosti, kao tipične karakteristike gradskog načina živta, provod godišnjeg odmora ili izletničkog putovanja dobijaće sve više na važnosti. Postoje i neki pozitivni primeri gde su pojedina seoska naselja uključena dodatno, pored svoje osnovne delatnosti u pružanju turističko – rekreativne usluge. Takvi primeri mogu se naći u selima na crnogorskoj obali i na pojedinim planinsko turističkim mestima (Zlatibor, Kopao-nik, Divčibare, Soko Banja).

Takvu šansu imaju i naselja pored termo-mineralnih izvora i banja. Za ovu vrstu turizma potrebna je u određenoj meri i izgrađena infrastruktura. Prednost



Seoski turizam

seoskog turizma u našoj zemlji je gostoljubivost, specifičnost hrane i pića, uključujući naš folklor i muziku.

U seoskim naseljima gde se aktivira neka vrsta seoskog turizma došlo je do određenih ekonomskih i socijalnih promena uključujući i promenu na seoskij arhitekturi.

1.9 Sportska rekreacija

Nemci su o turističkim putovanjima, kao i po interesovanju za bavljenje sportom, ostali svetski lideri. Putovanja i sportske aktivnosti tesno su povezane i čine jedan od vodećih motiva za korišćenje godišnjih odmora u turističko–rekreativne svrhe.

Turizam i sport predstavljaju sve značajniji segment savremenih društvenih aktivnosti i imaju veoma veliki značaj u društvu, politici i privredi. Značaj turizma i sporta dobio je zasluženu pažnju pod pokroviteljstvom Svetske turističke organizacije (WTO). Godine 2001. na konferenciji koja je održana u Barseloni pod nazivom “Sport i turizam” uzelo je učešća preko 800 učesnika iz čitavog sveta.

Značaj turizma i sporta vidi se i po tome što je u okviru Svetske turističke organizacije održana 2002. godine konferencija u Kopenhagenu pod tematskim nazivom “Zimski sportski turizam i zadovoljstvo.

U Nemačkoj, na gotovo svim turističkim destinacijama ističe se značaj sportske rekreacije u turizmu, kao važne privredne delatnosti. Istovremeno, sa razvojem sportsko-rekreativnog turizma, razvio se čitav niz sportsko-rekreativnih stručnjaka za realizaciju ovih aktivnosti. Zbog sve većeg značaja sportskog turizma i turističke rekreacije, održana je tim povodom i značajna konferencija godine 2001. na visokoj školi HOCHSCHULE-HARZ-WENIGERODE pod pokroviteljstvom Nemačkog društva za turističku nauku (DEUTSCHE GESEKKSCGAFT FÜR TOURISMUSWISSENSCHAFT e.v. (DGT)). Na ovom zasedanju raspravljalo se na temu “Sport i turizam”. Važnost ovog naučnog skupa može se videti i po učešću raznih stručnjaka iz raznih naučnih i stručnih oblasti: geografa, sociologa, psihologa, naučnih eksperata za proučavanje sporta i ekonomista. Na ovom zasedanju, pored naučnih eksperata, učestvovali su i stručnjaci iz prakse – menadžeri. Na ovom zasedanju učestvovalo je 110 učesnika iz 6 zemalja.

Kao što je istakao poznati dr Valter Frejer (Walter Freyer), prof. na Tehničkom fakultetu za turističku privredu u Drezdenu, koji se naučno bavi proučavanjem fenomena “sport i turizam”, kao dva značajna fenomena slobodnog vremena, “Na jednoj strani je sport, a na drugoj strani turizam, kao dve najznačajnije ljudske aktivnosti u slobodnom vremenu.” Kao što je prof. dr Valter Frejer istakao u svom delu: (TURISMUS UND SPORT, Aufgabe 2002 (izdavač Dautscher Universitäts-Verlag GmbH Wiesbaden), turizam i sport pripadaju multi-disciplinama koje još nisu naučno i u dovoljnoj meri obrađene.

Kao dokaz ljubavi nemačkih građana prema sportu i putovanju, služe i ovi podaci:

- preko polovine Nemaca putuje najmanje jedanput godišnje u formi turističkih putovanja u internacionalnim razmerama. S toga Nemce nazivaju najvećim svetskim putnicima;
- preko jedne trećine sportskih klubova i udruženja uključeno je neki u vid turističke rekreacije.

Prema statističkim podacima Nemačkog sportskog saveza (DSB), sportsko rekreativne aktivnosti mladih obuhvaćene su već u školama. U Nemačkoj je registrovano preko 100.000 sporstih udruženja, sa oko 28 miliona članova, prema podacima iz 2000. godine.

Izvan soprtskih udruženja – klubova, sportske aktivnosti upražnjavaju se i u preko 6.000 sportskih studija sa ukupno 4 miliona učesnika, što čini oko 5-6 % građana. Značaj važnosti sporta i sportske rekreacije može se zapaziti i u zastupljenosti u medijima (TV, štampi i sportskim časopisima). Ta vrsta popularnosti sportskih takmičenja prisutna je i na televiziji.

Pored aktivnog učestvovanja u sportskoj rekreaciji i turističko sportskoj rekreaciji; postoji i jedan vid pasivnog posmatranja važnih turističkih događaja, navijačkog putovanja u cilju specifičnog opuštanja. Ovaj način doživljavanja sporta kao i ostalih priredbi zabavnog karaktera (muzičke priredbe, koncerti, izložbe itd.) naziva se “EVENT-TURIZAM”. U popularne sportske aktivnosti Nemaca najčešće spadaju:

- plivanje, oko 68 %,
- gimnastičke vežbe, oko 33 %,
- biciklizam, oko 24 %,
- trčanje, oko 23 %,
- stoni tenis, oko 22 %,
- zimski sportovi, oko 37 %,
- fudbal, oko 5%,
- planinarenje, tenis i odbojka, oko 11 %.

U okviru sportsko-rekreativne aktivnosti, poslednjih godina pojavljuju se nove vrste sportova koji spadaju u grupu ekstremnih sportskih aktivnosti.

Turističko-sportska rekreacija beleži nagli razvoj u svetu, a posebno u Nemačkoj. U međunarodnim razmerama sport i sportska rekreacija svake godine beleži porast od 5-10 %.

U okviru rekreacije pojavljuju se i novi FITNESS i WELNES programi koji pored sportskih, imaju i estetske motive.

Od ukupnih turističkih putovanja 60% još uvek imaju klasičnu formu odmora, opuštanja u takozvanom pasivnom odmoru. Sve veći je broj učesnika u sportsko-rekreativnim aktivnostima, uključujući zdravstveni i estetski turizam uz podršku medija izboru raznih “miss-lepotica” i održavanju modnih revija.

U okviru sportske rekreacije uključena su i zdravstvena osiguravajuća društva, koja kroz razne stimulativne programe vrše popularizaciju rekreativnih aktivnosti, kao dela preventivnih zdravstvenih aktivnosti. U Nemačkoj prevencija i

rekreacija imaju dugu tradiciju i služe funkciji očuvanja zdravlja ili se koriste u cilju rehabilitacije.

Smatra se da se u Nemačkoj aktivno bavi sportom oko 40 miliona ljudi; od tog broja na 1,2 miliona otpada “sportske-turiste”.

Šta je sport?

U sportsko naučnim krugovima vode se široke diskusije o pojmu šta znači sport. U empirijskim turističkim istraživanjima ističe se upražnjavanje sportskih aktivnosti za vreme godišnjih odmora. Do sedamdesetih godina prošlog veka u sportu je važio moto “brže, više i dalje“, a na rang-listi sportskih aktivnosti bili su fudbal, laka atletika i plivanje.

Poslednjih godina pojavljuju se novi sportovi, koji su manje orijentisani na rezultate a više na LIFE-STYLE, gde se više naglašava zadovoljstvo, moda, fitness. Pojmovi “FIT und fun”su postali” Image”.

U marketinškom smislu posebno se ovaj vid takozvanih “sportova” obraća mlađoj populaciji, ali poslednjih godina sve više postaju zanimljive i za starije populacije. Za ovaj vid sportsko-rekreativne delatnosti veoma je interesantna za žensku populaciju. Prema anketi 60% učesnika u fitness studijima čine žene. Slični podaci se dobijaju i kod ostalih raznih vežbi (aerobik, razne vrste igara i pleša).

U posebnu grupu učesnika sportske rekreacije pripadaju i lica trećeg životnog doba – seniori – kao deo prevencije ili kao deo rehabilitacije.

Šta zna sportska nauka o sportskom turizmu

Saznanja sportskih stručnjaka su nedovoljna kad se sport posmatra sa aspekta turizma, sportskog turizma, ili prema temi ovog rada “turističke sportske rekreacije”.

Sportski turizam nije centralna naučna tema za sportske stručnjake.

Sportski turizam je još uvek neistraženo polje, jer obuhvata više različitih naučnih disciplina.

Sa aspekta nauke potrebno je postaviti sledeća pitanja:

- Kakva je povezanost sporta i putovanja?
- Kako sport utiče na putovanja?
- Ko učestvuje na sportskim putovanjima?
- Kako se sport – turizam mogu definisati?

Jedan od mogućih naučnih objašnjenja je: sportska aktivnost kao deo rekreacije obavlja se u mestu van stalnog boravka u turističkim mestima u kojima je moguće obaviti rekreaciju odnosno turističku rekreaciju. Ovi putnici mogu se nazvati još “sportsko – turistički putnici “ili učesnici turističko – sportske rekreacije.

Šta zna turizam o sportskom turizmu?

Najvažnija saznanja o sportskom turizmu istražena su na osnovu analiza o putovanju pre svega sport na godišnjem odmoru. Ali oblici individualnog sportskog turizma kao i sportska poslovna putovanja i dalje su neistražena. Kao teze za ova istraživanja mogu poslužiti sledeće:

- **Sport na godišnjem odmoru:** ispitivanja putnika u Saveznoj Republici Nemačkoj prema podacima iz 2001. godine pokazuju da 60% anketiranih rado bi se bavilo sportom na godišnjem odmoru. Po grupama sportskih aktivnosti, a na osnovu navedene ankete, dobijeni su sledeći podaci: kupanje u moru ili bazenu 33%, sedenje 36%, lake sportske aktivnosti 29%, teži sportovi kao što su skijanje 5%, jedrenje 3%, ronjenje, planinarenje oko 2%.
- **Sport-odmor:** samo mali broj Nemaca navode sport kao glavni motiv putovanja. Prema navedenoj anketi taj iznos je oko 5-10%.
- **Sportska publika:** (Event-putovanja) u ovu grupu pasivnih sportskih putovanja čine najčešće kao gledaoci razni sportskih aktivnosti. Prema ovoj anketi iznosi između 1-2%.
- **Sportska poslovna putovanja:** ovaj vid sportskih turističkih putovanja ne postoje kao posebno registrovani podaci a sa tim i neka ozbiljnija naučna istraživanja.
- **Sport kao sporedna stvar:** turizam smatra sport kao sporednu stvar koja je prepuštena sportskim animatorima i koji se realizuju u turističkim mestima.

Za razvijanje turističko sportskih aktivnosti u turističkim mestima i centrima potrebno je imati izgrađenu odgovarajuću infrastrukturu. U turističkim sportskim centrima pored redovnih sportskih takmičenja (prvenstava, olimpijada i drugih takmičenja) potrebni su odgovarajući stadioni u mestima održavanja. To se posebno uočava prilikom ovogodišnjih priprema za Svetsko prvenstvo u fudbalu koje se održava u Nemačkoj.

Ova velika manifestacija kako po velikom broju aktivnih sportskih učesnika tako i veliki broj navijača koji će prisustvovati navedenim takmičenjima imaće pored privrednog značaja i značaj širenja sportske i zdravstvene kulture. Paralelno sa održavanjem ovog takmičenja u raznim mestima Nemačke imaće i značajni turističko– ekonomski efekt.

Prilikom reprezentativnih putovanja na razna sportska takmičenja uključene su i ostale kulturo-zabavne aktivnosti, razne gala-predstave, modne revije itd.

Pokušaji definisanja sportskog turizma

U svojim istraživanjima Kirš (pogl. Kirsche 1982.) i (Knorr 1981.) pokušali su da objasne ulogu sporta na godišnjem odmoru.

Na problemima istraživanja, koja vrsta sporta, gde, odnosno koja veza postoji između sportskih vrsta i njihove blizine putovanja pokušao je da objasni Dre-

jer (Dreyer, A./Krüger, A. (1995), lit: Sporttourismus – München/Wien). Takođe i u njihovim radovima pasivni sportisti kao članovi klubova, gledaoci i navijači posmatraju se marginalno u sportskoj nauci. Za dalja naučna objašnjavanja potrebna je pomoć i drugih naučnih disciplina kao što su sociologija, psihologija (“Sport-Fans”) ili turizma (“Sports-Events”).

1.10. Biciklistički turizam ili turisti sa biciklom (Fahrradtourismus)

Vožnja biciklom ima dugu tradiciju u Nemačkoj. Veliki broj ljudi i članova porodica poseduju najmanje jedan bicikl u svom domaćinstvu. Bicikli se sve više koriste i kao prevoz od kuće do radnog mesta; to kao dodatni motiv za to služi činjenica da vožnja biciklom predstavlja rekreaciju. Vožnja biciklom predstavlja izuzetno sredstvo za rekreaciju, kako mladih tako i starih. U Nemačkoj gotovo svi gradovi i manja naselja imaju biciklističke staze sa svim neophodnim saobraćajnim znacima za ovu vrstu prevoza.

I van gradske zone – u šumama, parkovima i šetalištima oni poseduju izgrađenu infrastrukturu za ovu vrstu rekreacije.

Značaj vožnje bicikla u rekreativne svrhe već je davno poznat; vožnja bicikla kao jedan vid kondicione rekreacije, ima i izuzetnu reklamnu pažnju kod osiguravajućih i zdravstvenih institucija kao jedan od preventivnih programa za očuvanje zdravlja. Poznato je da i u pripremama kosmonauta vožnja biciklom spada u deo programa – treninga.

Biciklistički turizam ili turista sa biciklom. Ova vrsta turizma, odnosno turističke rekreacije, veoma se dinamično razvijala i to u veoma kratkom vremenu. Nema više nijednog turističkog prospekta, kao ni turističkog mesta ili regije, a da nije uključena tema – bicikli. Sve pokrajine u Nemačkoj u svoje razvojne koncepcije uključuju razvoj biciklističke mreže – staze i ostale prateće infrastukture.

Kolika je važnost ove vrste turističke rekreacije pokazuje i koordinirano učestvovanje u razvoju i realizaciji ovog tipa turističkih putovanja. Čak su Nemačka i Češka predvidele posebne granične prelaze namenjene samo biciklistima.

Projekti EUREGIO– EGRENSIS to pokazuju. Turistička biciklistička magistrala, koja vodi od Severnog mora (NORTHESEA-CYCLEROUTE), povezana je sa Evropskom turističkom mrežom “EUROVELO” dužine oko 6000 km.

Nemačka država, zajedno sa pokrajinama, u saradnji sa Nemačkim turističkim savezom (DTV) i biciklističkim savezom (ADFC), vrši koordinirane akcije oko kontrole i izgradnje biciklističkih staza.

Zbog naglog razvoja vožnje biciklom u okviru rekreacije – u mestu stalnog boravka, ili turističke rekreacije – nastao je problem definisanja – šta je to – turistička biciklistička staza”? Svi turistički informatori, kao deo marketinškog koncepta uključuju i ističu ovaj koncept, koji je u turističkoj ponudi postao pravi hit. Turistički biciklistički informatori daju potpune informacije, kako o geomorfološkim uslovima na kojima se biciklističke staze nalaze tako i o klimatskim i mikro-

klimatskim uslovima, turističkom smeštaju, ishrani i servisnim uslugama, kao i cenama usluga.

I pored naglog razvoja biciklističkih staza i tura, postoji još niz nerešenih problema koji se odnose na finansiranje i održavanje biciklističkih puteva. U priručnicima navedeni su veliki broj turističkih ruta, kao na primer Dunavska ruta sa magućnostima posete oko 1000 zamkova; zatim Bodensko-jezerska ruta, koja već spada u klasične rute.

Pod pojmom biciklistički put podrazumeva se put namenjen isključivo biciklistima, sa obeleženim saobraćajnim biciklističkim znacima. Bicikl – turista može se definisati kao i kod klasičnih definicija.

Motivi mogu biti različiti – vezani za sticanje kondicije, kao preventivna rekreacija ili kao jedan od vidova rehabilitacije.

Postoje i kombinovana turističko-biciklistička putovanja. Kao na primer: korišćenje železničkog prevoza osoba i bicikala do mesta turističke destinacije. Na nemačkim železnicama postoje posebni vagoni za prevoz bicikala i biciklističke opreme. U turističko – biciklističkim mestima postoje i izgrađeni sadržaji određeni za parkiranje i vezivanje bicikala. Pored ostalog, postoje i utvrđeni standardi na turističkim – biciklističkim putovanjima, u kojima je predviđena širina gume od 28 mm i ne više od 20 kg prtljaga. Ovi standardi su uvedeni radi sigurnosti putovanja.

U Nemačkoj u okviru biciklističkog saveza deluje preko 170 turističkih udruženja, koja su upućena na ovaj turističko-rekreativni segment. U Nemačkoj postoji preko 140 definisanih turističko-biciklističkih pravaca. Pored pozitivnih efekata, ovaj vid turističkih putovanja ima i svoje negativne strane. Vožnja biciklom kroz prirodne parkove i rezervate dovodi do problema uznemiravanja životinjskog sveta, što postaje poseban problem u letnjoj turističkoj sezoni.

Ponekad je potrebna i povećana tolerancija između vozača bicikla i pešaka, naročito tamo gde nisu strogo definisani putni pravci pešaka i biciklista. Jedan od problema je i održavanje i način obeležavanja biciklističkih staza, vrsta oznaka, njena veličina i boja uključujući i materjal. Još uvek veliki broj turističko-biciklističkih staza nema svoje putne biciklističke oznake. Na primer, R33.

Specijalni turistički objekti namenjeni za bicikli-turizam

Veoma je važno za ovu vrstu turista imati sve vrste potrebnih informacija o smeštaju, ishrani, servisnoj službi, mogućnosti pružanja medicinskih usluga, o frekvenciji na najvažnijim putnim pravcima itd.

Za ovu vrstu turista najčešće je namenjen smeštaj u planinskim kućama, omladinskim domovima, pansionima i kućama za izdavanje. Ovoj turističkoj klijanteli namenjeni su jeftiniji smeštajni kapaciteti i usluge; ne zbog materjalnog stanja ovih turista, već zbog načina turističke rekreacije i odmora.

Za smeštaj i ishranu ovih turista u Nemačkoj postoji preko 3000 objekata koji su namenjeni biciklistima.

Na osnovu samo ove karte vidi se da se vožnja biciklom nalazi na prvom mestu, od svih aktivnosti u slobodnom vremenu. Statistički podaci za 1997. godinu govore da je u Nemačkoj bilo 75 mil. bicikala, što je znatno više u odnosu na 1991. godinu kada je iznosio 49 mil.; došlo je do povećanja za 26 mil. Tendencija porasta vožnje biciklom svake godine se povećava.

U 1997. godini oko 30 mil. građana Nemačke koristilo je bicikl u slobodnom vremenu.

Budući razvoj bicikl – turizma

Biciklistički turizam u Nemačkoj, posle šetnje i plivanja, treća je najomiljenija rekreativna aktivnost. Ova vrsta turističkih kretanja prema statističkim podacima veoma je omiljena – 42% nemačkih turista koristi bicikl na odmoru kao deo rekreacije.

U toku godine napravi se oko 100 miliona izleta na biciklu, sa godišnjim prometom od oko 10 milijardi evra. Nemačka raspolaže sa 190 zvaničnih biciklističkih ruta sa ukupnom dužinom od 40.000 km. U okviru EU još 1996. godine doneti su zajednički planovi o daljem razvoju biciklističko-turističke putne mreže u Evropi. Prvi projekat ove vrste ima oznaku ER1 – Odra-Nisa i povezan je sa susjednim zemljama Evropske zajednice. U okviru daljeg razvoja ove turističke rekreacije u okviru EU, usvojen je INTERREG – PROGRAM u cilju standardizacije i obeležavanja putnih pravaca.

Na konferenciji održanoj u Almhajmu u Holandiji, bilo je reči o evropskom povezivanju biciklističkih puteva kao, i britanskom povezivanju sa kontinentalnim delom Evrope pod nazivom (EVROVELO). Ova mreža obuhvata 12 putnih pravaca sa ukupnom dužinom od 61.709 km. Evropski biciklistički savez (ECF) doneo je zajedničke projekte o razvoju sve do 2016. godine.

Mogućnost primene nemačkih iskustava u našoj zemlji

Na početku treba konstatovati da naša zemlja nije poklanjala dovoljnu pažnju ovom rekreativnom turističkom segmentu. Razlozi su mnogobrojni. Treba navesti neke od njih kao što su: neizgrađena opšta putna struktura, konfiguracija terena, nedostatak materijalnih sredstava i tradicije itd.

Određenu tradiciju imaju stanovnici ravničarskih predela, među njima na prvom mestu građani Vojvodine. Vožnja biciklom u Vojvodini ima praktičan karakter, a sekundarno predstavlja deo rekreacije. U poslednje vreme verovatno će se postavljati pitanje i izgradnje potrebne infrastrukture za vožnju biciklom. Izgradnja ovog tipa turističkih putovanja biće deo celokupnog evropskog projekta u kojem će i naša zemlja biti u prilici da učestvuje.

Afirmacija ove vrste rekreacije i u lokalnim uslovima ima značajno mesto za rekreaciju građana. Turistički centri, bilo planinski ili na moru uključujući i banje, treba da već sada da o tome ozbiljno razmišljaju. Pored pružanja bogatijeg turističko rekreativnog sadržaja, on bi istovremeno imao i dodatan ekonomski značaj.

1.11. Politički turizam

Pod političkim turizmom podrazumevamo putovanje u treće zemlje sveta radi informisanja i prezentiranja političkih modela. (Lit: Michael: "Projektreisen und Politourismus" Politische Butterfahren" Izdanje: Der neue Tourismus, 1990 str. 97.)

Ova putovanja su najčešće socijalno i politički motivisana putovanja. Često se kombinuju sa održavanje raznih seminara, kružnim putovanjima kroz zemlju u cilju upoznavanja i prezentiranja razvojnih projekata u nerazvijenim zemljama. Često mogu biti i politički obojene i služiti za realizaciju političkih ciljeva.

1.12. Kongresni turizam

Razvoj kongresnog turizma kao poseban tip turizma dinamično se razvija u SR Nemačkoj.

Kongresni turizam u klasičnim definicijama nije bio obrađivan kao turistička kretanja. Novija teorija i praksa u Nemačkoj ipak ovaj vid putovanja svrstavaju u turistička-poslovna kretanja, koja se formalno obavljaju u toku radnog vremena, napuštajući mesto stalnog boravka. Primarni motivi nisu turističke prirode ali kao posledica putovanja koriste se turistički objekti za smeštaj i ishranu, uključujući razne vrste rekreativnih aktivnosti (aktivne i pasivne).

Broj zasedanja odnosno održavanja raznih vrsta, seminara, simpozijuma i kongresa u 1995 godini učestvovalo je oko 75 miliona osoba koji su koristili 36 miliona prenoćišta u turističkim objektima. Od ukupnog broja prenoćišta u Nemačkoj, četvrtinu su činili učesnici raznih seminara i kongresa. U gradovima jedna trećina korisnika smeštajnih kapaciteta bili su korisnici raznih seminara i kongresa.

Za realizaciju i smeštaj učesnika kongresnog turizma u 1995. godini bilo je registrovano u Nemačkoj:

- 400 mesta određenih za održavanje raznih seminara i kongresa
- 350 višenamenskih (multifunkcionalnih) sala.
- 3000 hotela namenjenih za održavanje seminara i kongresa.

Navedeni kapaciteti bili su raspoređeni na: 81 veliki gradski centar, 31 banjskih lečilišta, 280 u srednjim i malim mestima.

Na realizaciji kongresnog turizma prema statističkim podacima iz 1995. godine u Nemačkoj je ostvaren promet od 32. milijarde DM, a na ovim poslovima radilo je preko 400.000 ljudi

Seminari, stručna usavršavanja – dvodnevno trajanja najčešće se održavaju u mestima neposredne udaljenosti od sedišta firmi i organizacija.

Višednevna zasedanja organizuju se najčešće u udaljenim mestima i banjama. U organizacionoj formi u poslednje vreme postoji tendencija održavanje seminara u sajamskim gradovima i to u isto vreme. Ovakav vid seminara koji je povezan i sa prisustvovanje na sajmovima dobio je naziv "Inteligentni sajmovi".

Za razvoj kongresnog turizma u velikim gradovima potrebno je da ispunjavaju sledeće zahteve:

1. Centralni položaj
2. Optimalnu saobraćajnu povezanost, blizina auto-putevima, železnice, i aerodroma sa maksimalnom udaljenošću od 50 km.
3. Sajamski gradovi
4. Univerzitetski gradovi
5. Moderne kongresne dvorane i odgovarajuća tehnička sredstva za realizaciju.
6. Kompletna potrebna infrastruktura.
7. Raznovrsni smeštajni objekti (smeštaj i ishrana).
8. Kulturni i istorijski spomenici.
9. Široka ponuda za turističku rekreaciju.
10. Atraktivni prirodni motivi.
11. Ukupna cena održavanja.

Na osnovu iznetih kriterijuma i mera možemo proceniti mogućnost razvoja kongresnog turizma.

Od navedenih 11 kriterijuma samo 6 gradskih centara ispunjava navedene kriterijume: Berlin, Diseldorf, Frankfurt, Hamburg, Keln i Minhen. Od 11 kriterijuma ispunjavaju 9 i to su: Drezden, Hanofer, Majnc i Visbaden.

Ekonomski značaj kongresnog turizma veoma je značajan za mesta gde se održavaju zbog ostvarenih prihoda i zapošljavanja stanovništva.

Ova vrsta turizma donosi i drugim privrednim subjektima korist i to: trgovini, bankama, osiguravajućim društvima, prodavcima hrane i pića i raznih drugih uslugama kao što su poseta muzejima, koncertima i td. Treba naglasiti da učesnici na zasedanjima i kongresima u proseku imaju veću potrošnju za 50% po danu u odnosu na ostale posetioce.

Neke mogućnosti primene iskustava kongresnog turizma na našu zemlju.

Sa obnovom i daljim privrednim razvojem naše zemlje kao i uključivanje naše zemlje u EU, pojaviće se potreba za razvoj kongresnog turizma kako na nacionalnom tako i na internacionalnom nivou. To će se odraziti na privredne (direktne) kao i neprivredne (indirektne) efekte.

U direktne ekonomske efekte spada priliv finansijskih sredstava, zapošljavanje stanovništva u ugostiteljstvu, turističkoj rekreaciji, pružanju medicinskih usluga, trgovini, saobraćaju u osiguranjima i dr. U neprivredne efekte (indirektne) spadaju: razmena naučnih, stručnih iskustava na nivou zemlje i sveta, naučno i kulturno povezivanje, standardizacija pravnih, ekonomski i organizacionih normi, kao jedna od integracionih procesa u Evropske i Svetske asocijacije.

U većim gradovima kao što su Beograd i Novi Sad uključujući i neka banjska mesta (Vrnjačka banja, Bukovička banja) treba intenzivnije razvijati kongres-

ni turizam. Treba predvideti mogućnost održavanja u planinskim turističkim centrima (Zlatibor), na Crnogorskom primorju (Budva, Herceg Novi). Prilikom izgradnje ili proširivanja kapaciteta za kongresni turizam potrebno je istovremeno graditi i turističko rekreativne sadržaje jer, moderni turizam a posebno kongresni to zahteva.

Osim stručnih prezentacija, ovaj vid kongresnog turizma doprinosi i ukupnoj afirmaciji naše zemlje na poslovnom, političkom i kulturnom nivou.

Kongresni turizam i razni seminari uglavnom se organizuju van glavne turističke sezone i imaju za cilj njen produžetak.

Naša zemlja po svom položaju zauzima Balkanski centralni položaj, što čini vezu između istoka i zapada, severa i juga. Posebno glavni grad Beograd dobije posebnu važnost za razvoj kongresnog turizma na ovim prostorima. Prilikom održavanja seminara i kongresa mogu se aktivirati i posebni atraktivni lokaliteti; parkovi, sportski tereni, teniska i golf-igrališta. Pri tom može se uključiti i poseta muzejima, koncertima, prezentiranje folkloru, razni kulinarskih specijaliteta, suvenira i td.

Učesnici kongresnog turizma mogu biti značajni korisnici raznih medicinsko zdravstvenih sadržaja (fitness, wellness, masaža).

1.13. Kratka turistička putovanja – vikend turizam

Poslednjih godina u Nemačkoj su kratka, dvodnevna ili trodnevna putovanja, doživela izuzetan porast i za njih su građani Nemačke veoma zainteresovani. U porastu je želja za kratkim odmorom i psihofizičkom rekreacijom u mestu i van mesta stalnog boravka uz korišćenje organizovanih turističkih programa.

Prednosti kratkih i češćih turističkih putovanja su mnogostruke sa aspekta preventivnog eliminisanja štetnih uticaja koji nastaju u radnoj i životnoj sredini. Postoji niz turističkih ponuda u trajanju od 2, pa i više dana. Najčešće su u ponudi dvodnevna, trodnevna ili jednonedeljna putovanja. Kratka turistička putovanja odnose se na posete turističkim mestima u zemlji inostranstvu. Pored turističkih agencija, u turističku ponudu uključene su i avio-kompanije, železnica i posebna autobuska preduzeća.

Mnoga kratka putovanja, uz noćenje, odnose se na posete gradovima, banjama, planinama ili na turističke ture na brodovima. Tokom ovih putovanja posećuju se muzeji, muzički festivali, sajmovi i zabavni parkovi, a sve u cilju postizanja psihofizičke rekreacije učesnika tih putovanja. Posebno treba istaći aktuelnost posete zabavnim i akva-parkovima. U Nemačkoj postoji veliki broj zabavnih parkova sa različitim sadržajima. Posebno su zanimljivi parkovi - "mali gradovi", namenjeni deci i roditeljima. U Nemačkoj ima oko 100 takvih zabavnih parkova.

Posebnu vrstu zabave čini poseta akva-parkovima (koji ima preko 100), koji su u svakom smislu veoma posebni i popularni kod dece, omladine, pa i njihovih roditelja. Ovi akva-parkovi su otvorenog ili zatvorenog tipa, ali svaki od njih

pruža različitu vrstu razonode. Treba pomenuti i veliki broj ograđenih velikih parkova u kojima borave divlje životinje, poreklom iz celog sveta.

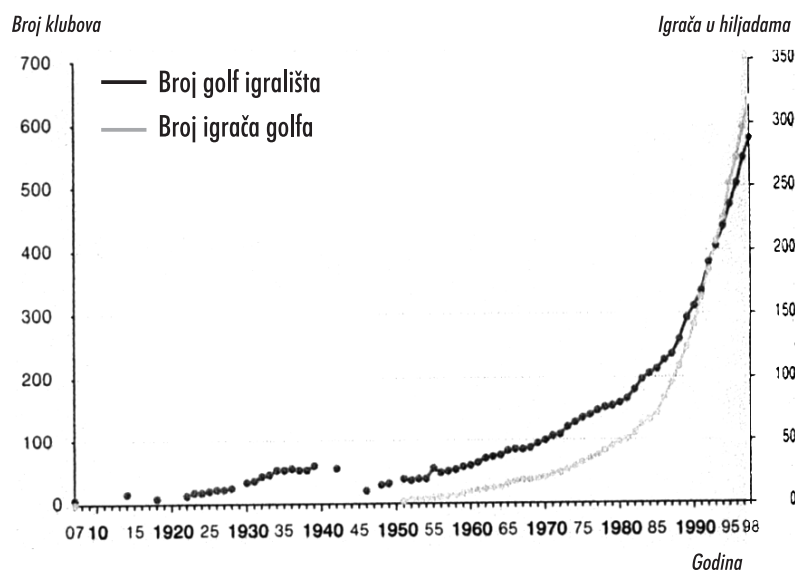
U kratke turističke programe i putovanja uključena je i poseta kulturno-istorijskim spomenicima, muzejima, zamkovima i tvrđavama.

Ovaj vid turističke ponude važi i za putovanja u inostranstvo, zbog sve jeftinijih avionskih letova u sve važnije evropske zemlje. Naša zemlja treba da obrati pažnju na značaj kratkih turističkih odmora i poseta.

1.14. Golf turizam

Golf, kao sportska disciplina, ima značajnu ulogu u rekreativnim aktivnostima stanovnika visokorazvijenih država. Prvi golf-plac otvoren je u Bad Homburgu 1891. godine. Do Drugog svetskog rata Nemačka je imala 62 golf-igrališta. U raznim delovima Nemačke (izuzevši teritoriju nekadašnje DDR) u 1999. godini bilo je 562 igrališta i preko 320.000 članova u raznim golf klubovima. Samo u okolini Berlina se nalazi više od 19 igrališta za golf. Regionalna rasprostranjenost igrališta za golf je relativno uravnotežena (Bajern ima 137, a Severna Rajna i Vestfalija blizu 132 igrališta). Prema prognozama Statističkog saveza Nemačke, predviđa se da će doći do povećanja broja golf igrališta. Na povećanje popularnosti golfa kao igre i sporta, između ostalog, utiče i povećanje životnog standarda stanovništva, kao i povećanje slobodnog vremena, naročito kod penzionera.

Golf igrališta nalaze se u slobodnoj prirodi i veoma su pogodna za rekreaciju. Mnogi turistički centri u svojim programima ističu mogućnost bavljenja ovim sportom. Golf se igra u čistoj, nezagađenoj prirodi, što uz kretanje, pozitivno deluje na oporavak ljudi. Postoje mnogi golf-klubovi u Nemačkoj, koji su povezani preko raznih udruženja. U Nemačkoj se golfom bavi oko 0,4 % stanovnika, a u Kanadi taj broj iznosi celih 16 %.



Golf u Nemačkoj u periodu od 1907-1998. godine

Prema procenama eksperata za ovu oblast, Nemačka ima potencijal za dalji napredak ovog sporta i to za čitavih 12 %. U turističkim mestima koja poseduju odgovarajuća golf-igrališta organizovani su posebni kursevi za početnike u toj igri. Ovaj sport u Nemačkoj ima status ličnog prestiža. Izgradnja golf igrališta ima i neke negativne posledice; naime, ona zahteva veliki prostor. Poređenja radi, za jednog fudbalera potrebno je 70 m² prostora, a za jednog ljubitelja golfa - 1100 m². Zbog svega ovoga investitori u golf igrališta imaju često problema zbog negodovanja turista koji se zalažu za ekološki turizam. Zbog toga je izgradnja golf igrališta pod strogom zakonskom kontrolom, gde se strogo vodi računa o racionalnom korišćenju zemljišta kao prirodnog resursa.

Golf-igrališta se razlikuju po broju jamica (rupa). Postoje igrališta sa 9, 18, 27 i više rupa za golf loptice. Primera radi, jedno igralište na kojem ima 18 rupa za loptice zahteva površinu koja se kreće između 60 i 70 hektara. Najveće golf igralište nalazi se u Bad Grizbahu (Bad Griesbach); njegova površina iznosi 33.400 hektara.

Posle svega što smo rekli o golfu kao sportu i njegovim potrebama, možemo samo napomenuti da treba dobro voditi računa o nekim stvarima, kada se namerava gradnja golf-igrališta, jer ona zahteva velike površine, i to najčešće, veoma lepog i zanimljivog prostora.

Razna golf-igrališta mogu se graditi i na našim prostranim i veoma atraktivnim planinama kao što su Zlatibor, Tara, Žabljak. I veći gradski centri, kao što su Beograd i Novi Sad, imaju dobre uslove za gradnju, ne samo zbog prostora kojim raspolažu, već i zato što se nalaze pored reka. Igrališta pored reka su posebno lepa i zanimljiva.

1.15. Mobilni turizam – auto-karavan – turizam

Karavanski turizam (WOHNMOBIL). Putovanje na godišnji odmor ili izlete sa auto – karavanom, specijalnim vozilima, sve više postaje popularni u Evropi a posebno u Nemačkoj.

Prema statistici ADAC – Nemačkog auto– moto saveza u Evropi je registrovano oko milion ovakvih vozila, a polovina od tog broja 500.000 je registrovano u Nemačkoj, prema podacima iz 2003. godine. broj ovakvih vozila, odnosno mobilnih turista svake godine je sve veći u Evropi a posebno u Nemačkoj.

Prednosti ovog “mobilnog” turizma su višestruke. Treba istaći neke od tih prednosti: ovi turisti slobodno određuju mesto i vreme putovanja, velika fleksibilnost u menjanju turističkih destinacija. Ova savremena vozila namenjena su izletničkim i dužim turističkim putovanjima, opremljena su najsavremenijim komforom u kojima se obavlja prenočište, spremanje hrane, ugrađeni sanitarni uređaji, TV i dr. što pored pokretljivosti ovaj odmor čini zanimljivim.

Nemački turistički savez povezan je sa svim relevantnim udruženjima koji su u funkciji razvoja ove vrste turističkih kretanja.



Parkirališta i auto-kampovi

Treba navesti samo neke najvažnije kao što su: ADAC – auto – moto savez Nemačke, Udruženje proizvođača ovih tipova vozila – CIVD, trgovačkim udruženjima Nemačke – DCHV i predstavnicima auto – kampova – BUCD. Nihovo povezivanje ima za cilj da kordiniraju akcije vezanih za ovaj tip turističkih kretanja.

Za ovu vrstu turista postoji veliki broj priručnika u kojima su navedene sve vrste informacija koje se odnose na putne pravce, cene parkiranja opremljenost auto – parkinga, snabdevanje goriva, servisnoj službi i sanitarnoj infrastrukturi.

Definicija auto– parkinga (Caravaning). Prema definiciji Nemačkog auto – moto saveza – ADAC – glasi: “mesta za smeštaj – parkiranje auto– karavana su mesta sa specifičnim zahtevima ovih korisnika za parkiranje radi prenočišta ili dužeg zadržavanja, gde se usluge za smeštaj direktno ili indirektno plaćaju, kao poslovna delatnost, a da se i mišljenja opština na čijoj se teritoriji nalaze moraju uvažavati”.

Broj ovog tipa vozila, odnosno turista svake godine se naglo povećava. Ovaj vid turističkih kretanja igra važnu ulogu za turističko -ugostiteljsku privredu i trgovinu na čijoj su teritoriji locirana treba istaći da i zapošljavanje lokalnog stanovništva predstavlja korist.

Parkirališta i auto-kampovi. Za prolaz ovih vozila, putevi moraju biti dovoljno široki, tuneli dovoljno visoki (do 4 m). Postavljeni saobraćajni znaci za smeštaj i snabdevanje ove vrste turista.

Kampovi su mesta koja se nalaze na atraktivnim prirodnim lokacijama i koriste smeštaj koji je direktno vezan za prirodu. Cene smeštaja u ovim objektima povoljnije su nego u ostalim turističkim objektima. Kampovi poseduju potrebne higijenske i sanitarne uslove, prodavnice za snabdevanje, razna igrališta za sportsku rekreaciju. Kampovi su dosta popularni u Nemačkoj, a veliki broj turista pro-

vodi svoj odmor kao kamperi u inostranstvu. Kamperi su često imućniji građani koji žele da provedu odmor direktno u prirodi. Postoji veliki broj auto-kampova, koji služe za motorizovane turiste. Auto-kampovi imaju dodatne sadržaje, koji su potrebni ovom tipu turista (benzinske pumpe, auto-servise i dr.).

U auto – kampovima gde borave ovaj tip turista, snabdevene su sveobuhvatnim informacijama kao što su: o mogućnosti smeštaja, ishrane, snabdevanja, o odlaganju otpadaka, sanitarnom korišćenju, smeštaj i briga kućnih ljubimaca (pasa) o mogućnosti korišćenja medicinskih usluga, apoteka, policije i dr.

Pored vlastitog posedovanja ovih vrsta vozila, postoji mogućnost iznajmljivanja preko RENT – CAR -a, gde su prilikom korišćenja ugovornim obavezama jasno definisana prava i obaveze stranaka.

1.16. Kulturni turizam

Ekonomski i društveni značaj kulturnog turizma

Kulturna dobra se prema svom značaju dele na kulturna dobra od izuzetnog značaja i kulturna dobra od velikog značaja. Kulturna dobra se, zbog svoje umetničke vrednosti, nalaze pod zaštitom države.

Kulturna dobra od izuzetnog značaja poseduju sledeće odlike:

- posebno su značajna za društveni, istorijski i kulturni razvoj naroda, za njegovu nacionalnu istoriju, odnosno za razvoj njegovog prirodnog okruženja;
- služe kao svedočanstvo o važnim istorijskim događajima i ličnostima;
- primer su stvaralaštva iz nekog vremena, služe kao raritet;
- imala su veliki uticaj na razvoj društva, kulture, nauke i tehnike;
- izuzetne su umetničke i estetske vrednosti.

Kulturna dobra od velikog značaja su ona koja imaju jednu od karakteristika:

- značajna su za određeno područje ili razdoblje;
- svedočanstvo su o društvenim i prirodnim pojavama (društvenom, ekonomskom i kulturno-istorijskom razvoju) (Lit: Sl. glasnik RS, br. 71/94).

Kultura igra veoma važnu ulogu u životu Nemačke. Nemačka poseduje veliki broj kulturno-istorijskih spomenika iz rimskog doba i iz Srednjeg veka. Mnoge kulturno-istorijske zgrade, zamkovi, utvrđenja, manastiri i crkve predstavljaju značajan kulturni kapital Nemačke. Mnoge manifestacije, folklorne predstave, narodni običaji iz istorije, festivali (muzički, filmski), razne izložbe, stari zanati, i tehnički muzeji, imaju veliki značaj za razvoj turizma.

Kulturni turizam ima ekonomski značaj, jer se ovde kulturno-umetničke vrednosti valorizuju kroz posetu turista. Mnogi kulturno-istorijski spomenici i razne manifestacije su i oživljene zahvaljujući turizmu, što se najbolje može videti na primeru Nemačke. Veza turizma i kulture danas je veoma tesna. Sa turizmološkog stanovišta, posete pojedinaca (turista) mestima sa kulturno-istorijskim sadržajima možemo nazvati kulturnim turizmom ukoliko turista tu provede više od 24 časa.



Kulturni turizam Savezne Republike Nemačke. Zaštićeni istorijski spomenici u 1999. godini

Treba istaći i obrazovni značaj koji ima kulturni turizam, jer podiže ukupni kulturni nivo turista – posetioca određenom kulturnom sadržaju. Kultura igra veliku ulogu i boljem upoznavanju različitih kultura, a ima i kosmopolitsku ulogu. Ova vrsta turizma služi za razvijanje mira i boljeg razumevanja među narodima.

Nepokretna kulturna dobra

Arheološki lokaliteti i nalazišta

Definicija: Arheološko nalazište je deo zemljišta ili površine pod vodom, koji sadrži ostatke građevina i drugih nepokretnih objekata, grobnih mesta i druge nalaze, kao i pokretne predmete iz ranijeg istorijskog doba, koji su od posebnog kulturnog i istorijskog značaja. (Sl. glasnik RS br. 71/94)

Spomeničko nasleđe i manastiri

Spomenik kulture jeste građevinsko-arhitektonski objekat od posebnog kulturnog i istorijskog značaja, kao i njegova graditeljska celina, objekat narodnog graditeljstva, drugi nepokretni objekti, deo objekta i celina sa svojstvima vezanim za određenu sredinu, delo monumentalnog i dekorativnog slikarstva, vajarstva, primenjene umetnosti i tehničke kulture, kao i druge pokretne stvari u njima od posebnog kulturnog i istorijskog značaja. (Sl. glasnik RS br. 71/94)



Na slici se nalazi poznati zamak Ludwigsburg koji predstavlja jednu od najvećih baroknih rezidencija u Nemačkoj. Često ga nazivaju "Švapskim Versajom". Zamak je bio sedište grofa Eberhart Ludviga (1676-1733.).



Arheološki park - Ksanten (Xanten), jedan izlet u prošlost (u rimsko doba)

Ponekad nije potrebno ići u Rim da bi se doživelo vreme rimske imperije; to se može doživeti i u nemačkom arheološkom parku Ksanten. Ovo staro rimsko naselje rekonstruisano je u cilju ne samo upoznavanja, već i kao deo kulturnog turizma i to korišćenjem arheoloških lokaliteta.

Pored posete radi upoznavanja sa rimskom kulturom na tlu Nemačke, ovaj arheološki lokalitet koristi se i za održavanje različitih vrsta koncerata. Ovaj lokalitet nalazi se na reci Rajni i u rimsko doba je služio kao vojno utvrđenje. Ksanten se nalazi blizu gradova Kelna i Diseldorfa, a svojevremeno je brojao oko 10.000 stanovnika. Rimljani su na ovom mestu izgradili amfiteatar opasan gradskim zidom, a sam grad imao je izgrađen vodovod sa kanalima.

U 19. veku probuđen je interes da se ova arheološka lokacija obnovi. Godine 1880. započeta su iskopavanja, a 1973. godine otvoren je za posetioce kao arheološki muzej-park. Najviše služi za školske ekskurzije i izletničko-kulturna kretanja. U letnjem periodu u ovom parku održavaju se koncerti pod otvorenim nebom.

Aktiviranje arheoloških lokaliteta u obrazovne svrhe pogodno je za razvijanje kulturnog turizma.

Pokretna kulturna dobra

Pokretna kulturna dobra dele se na:

- umetničko-istorijska dela;
- arhivsku građu;
- filmsku građu i
- stare i retke knjige i rukopise.

Umetničko delo i istorijski predmet jeste predmet, odnosno grupa predmeta, koji samostalno ili zajedno imaju poseban značaj za upoznavanje istorijskog, kulturnog, naučnog i tehničkog razvitka, kao i prirode i njenog razvitka, bez obzira na to gde i kada su nastali i da li se nalaze u ustanovama, gde su pod zaštitom ili su izvan njih, kao i dokumentacioni materijal koji ide uz te predmete. (Sl. glasnik RS br. 71/94)



Pruska romantička tvrđava sa zamkom Bad Hoencolern (Festung Burg Hohezollern)

Ovaj kulturno-istorijski objekat - zamak sa tvrđavom, predstavlja jedan od najljepših objekata ove vrste u Nemačkoj. Posetom ovom kulturno-istorijskom spomeniku može se doživeti prošlost kroz razgledanje mnogih umetničkih dela, delova unutrašnje arhitekture i dr. Zamak se nalazi na Švapskim Alpima, a osnovao ga je princ Fridrih Vilhelm IV (Friedrich Wilhelm IV). Opasan je zidom jer je neko vreme služio kao tvrđava. U zamku se nalaze mnoge umetničke slike i biblioteka. Služi kao objekat u funkciji kulturnog turizma sa motom "istorija kao zadovoljstvo".

U pokretna kulturna dobra spadaju dela arhitekture, vajarstva, slikarstva, fotografije i filma, književna dela, muzika, štampa, radio i televizija.

Etnološko nasleđe

U etnološko nasleđe spadaju verovanja, narodno graditeljstvo, jezik, narodna nošnja, narodna muzika, narodne igre, narodna kuhinja.

Ustanove kulture

U ustanove kulture spadaju narodni muzeji, moderne galerije, istorijski arhivi i pozorišta.

Kulturni značaj turizma se ogleda u tome što prilikom turističkih putovanja dolazi do upoznavanja istorijskog nasleđa drugih zemalja i krajeva, kao i kulturnih dostignuća danas. Zbog toga veliki broj turista posećuje niz različitih muzeja, istorijskih spomenika, razne vrste umetničkih galerija, festivale i dr.

Kulturni turizam od 1970. pokazuje trend rasta po broju poseta, što se odražava i na turizam u celini.

“Mega-event”, kulturna manifestacija u Berlinu, imala je 1,2 miliona učesnika. “Event” na engleskom jeziku znači “zadovoljstvo-odmor”.

“Event”, kao jedan novi vid turizma, predstavlja tj. zauzima posebno mesto u kulturnom turizmu.

Turizam vrši i razmenu kulturnih vrednosti između naroda.



Dolina reke Sara i Mozela (Saar un d Mosel)

Kroz kulturu i upoznavanje dolazi do boljeg razumevanja među ljudima, što istovremeno znači smanjenje konflikta u svetu, a to znači smanjenje ratnih sukoba.

Turizam i turistička kretanja aktivirali su veliki broj starih zapuštenih objekata iz prošlosti i uveli su kao kulturne objekte u turističku valorizaciju. Mnogi muzeji, galerije i zamkovi, pogotovo u Nemačkoj, doživeli su “procvat” zahvaljujući turističkim posetama i to je, pored ostalog, bio i značajan ekonomski moment za mnoge turističke-kulturno-istorijske spomenike, u smislu rešavanja njihovog materijalnog statusa.

Kulturne manifestacije i ostale manifestacije (karnevali) takođe doprinose bogatijem sadržaju turističke ponude u mnogim turističkim mestima. Zbog značaja kulture u razvoju turizma, u nemačkoj literaturi se izdvaja jedan poseban oblik turističkih kretanja, koja se pojavljuju pod opštim nazivom kao “kulturni turizam”.

U okviru kulturnog turizma postoje zaštićeni istorijski spomenici sa posebnim režimom poseta. Kulturno-istorijski spomenici su podeljeni po vremenu nastajanja i po umetničkim stilovima (mapa kulturno istorijskih spomenika).

Crkve

Crkve predstavljaju istoriju kulture Nemačke. Najveći broj crkava predstavljaju svedočanstvo prošlosti, religioznog života Nemaca, sa značajnim arhitektonskim izgledom; u njima je veliki broj slika i fresaka, motiva i likova iz crkvenog života. Mnoge crkve u Nemačkoj su pod zaštitom UNESCO-a.

Crkve su, u najvećem broju slučajeva, građene u gotskom stilu, ali starije imaju i romanski stil. U najveće crkve spada Katedrala u Kelnu i u Ulmu. Obe su



Zamak Morzburg (Schloss Moritzburg), lovački salon

izgrađene u gotskom stilu i predstavljaju svetske turističke atrakcije. Među najpoznatijim je i Dom u Ahenu, koji je 1978. godine uvršćen u listu svetskih kulturnih dobara UNESCO-a. Podignut je 1200. godine za vreme Karla Velikog i predstavlja nekadašnji izvor moći. Bogat je raznim zbirka slika, fresaka i sa zlatnim nakitom.

Katedrala u Kelnu. Gradnja ove crkve počela je 1061. godine i trajala je čitavih 20 godina. Visoka je 134 metra.

Crkva u rokoko-stilu, koja se nalazi na jugu Nemačke (Steingaden-Wies) predstavlja takođe poznatu crkvu i zaštićena je kao spomenik od posebne kulturne vrednosti.



Gotska katedrala u Kelnu pod zaštitom UNESCO-a

Ovaj pregled crkava u Nemačkoj predstavlja samo mali deo kulturno-istorijske baštine i sa aspekta kulturnog turizma predstavljaju veliki značaj za domaće i strane turiste.

Crkve i manastiri predstavljaju važno kulturno nasleđe svake zemlje.

Veliki broj crkava i manastira iz naše istorije predstavljaju veoma interesantne kulturne vrednosti, a posebno kao dodatni motiv za turističko aktiviranje prostora. Pored kulturno-istorijskog značaja potrebno je više aktivirati značaj naših crkava sa aspekta popularizacije i turističke valorizacije.

Muzeji

Pored crkava, muzeji predstavljaju veliko kulturno bogatstvo Nemačke. Nemačka poseduje veliki broj muzeja i eksponata iz različitih istorijskih perioda koji se mogu naći u svim većim galerijama Nemačke. Jedan od najvećih muzeja u Nemačkoj nalazi se u Nacionalnog galeriji u Berlinu. Među ostale velike muzeje spadaju:

- Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Diseldorf,
- Wallraf-Richartz Museum, Koln,
- Gemaldegaleria Alte Meister, Dresden,
- Museum für Moderne Kunst, Frankfurt am Main.

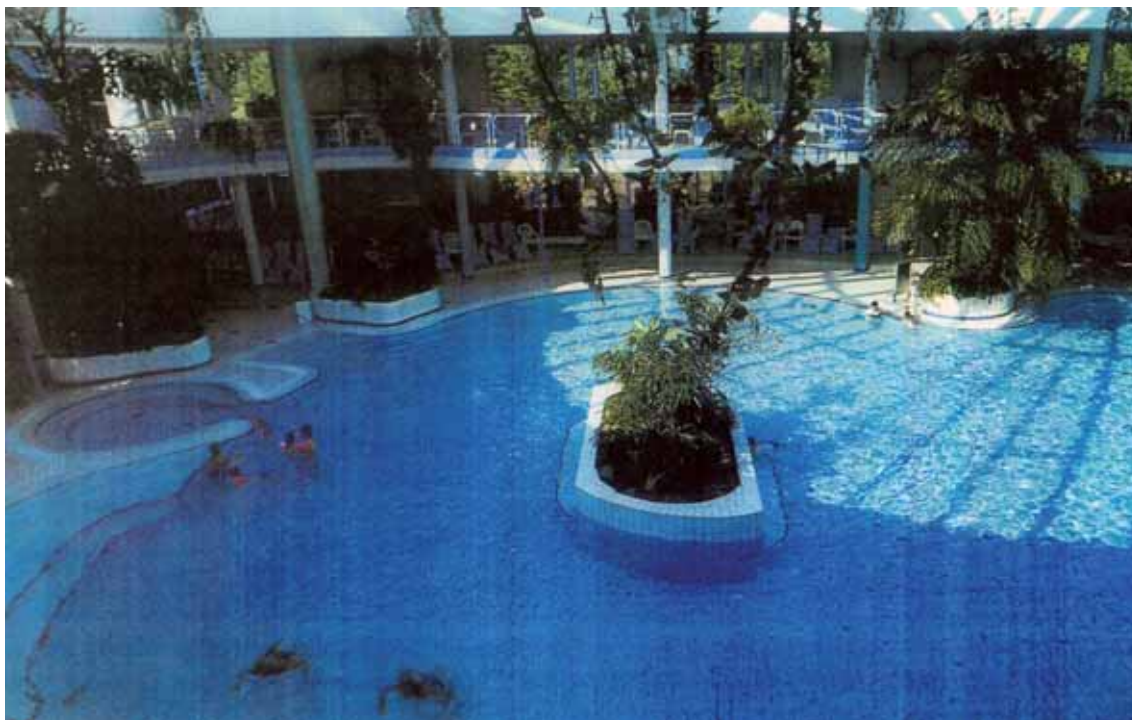
Postoji čitav niz različitih muzeja koji su podeljeni prema epohama, zatim prema stilovima i prema vrstama delatnosti. Veliki broj galerija državnih i privatnih predstavljaju poseban motiv turista prilikom posete pojedinim gradovima Nemačke.



Pogled na staru luku u Bremerhaven, koja istovremeno predstavlja i muzej

Tabela – Nosioi kulturnog turizma u Nemačkoj

Turistički motivi	Vrste kulturnog turizma	Dodatni motivi	Vrste kulturnog turizma
Pojedinačni kulturni objekti	Objekti kulturnog turizma	Crkve Manastiri Galerije Muzeji Priredbe Zamkovi i utvrđenja Istorijski gradovi Literalna mesta Arheološki gradovi Tehničke zanimljivosti	Umetnički turizam Umetnički turizam Umetnički turizam Umetnost i muzejski turizam Turizam zamkovi Turizam istorijskiri gradova Turizam literalnih predstava Arheološki turizam Industrijski turizam
Kulturini objekti	Područja kulturnog turizma	Prirodne kulturne zanimljivosti (seoska mesta i običaji) Zamkovi i kultumi turistički putevi	Kultura narodnih običaja Manifestacioni turizam Kulturna turistička područja
Kulturne celine	Celine kao deo kulturnog turizma	Sela Gradovi	Soski turizam Gradski turizam
Kulturni proizvodi		Festivali, folklorne priredbe, razni koncerti Kursevi umetnosti, muzike, narodne muzike, narodne umetnosti	Festivalski turizam Koncertm turizam Kursevi-turizam
Gastronomija kultura	Gastronomija – kulturni turizam	Vinski festivali, festivali piva, kulinarski specijaliteti...	Doživljaj – kultumi turizam, Vino – turizam Specijaliteti – turizam
Druge kulture	Strani-kultumi turizam	Priroda-kultura specifična obeležja i specijaliteti gradske kulture	Etno-kultumi turizam Socio-kulturni turizam



Tropski raj za severnjake, banja na Baltičkom moru - Sarbojc (Scharbeutz)

Samo na nekoliko minuta vožnje automobilom udaljen je od hanza-grada Libeka (Lübeck) jedan od najvećih i najljepših tropsko-vodenih parkova Evrope. Najpre je to bila morska banja na Baltičkom moru. Ovaj tropski vodeni park izgrađen je 1992. godine pod nazivom "Antistres program". Karakteristično za ovaj akva-park je da je obložen - pokriven plavim staklom sfernog oblika koje treba da dočara nebo sa zvezdama. Ovaj zatvoreni tropski zabavni park veličine 12.000 m² podignut je na tri sprata i ispunjen tropskom vegetacijom (cvećem i palmama). Ima veliki broj rekreativnih sadržaja, na primer; izazivanje veštačkih talasa na morskoj vodi koja ima prijatnu temperaturu. Tu postoje razni rekreativni programi - sauna, termalna kupatila i dr. Ovaj tip tzv. "tropskih" parkova se sve više gradi po čitavoj Nemačkoj.

Ovakvi parkovi predstavljaju dobar primer; bilo bi dobro kada bi se parkovi ovog tipa gradili i u Srbiji i Crnoj Gori, posebno u većim mestima i letovalištima na moru, jer bi oni bili u funkciji razvoja turizma u tim mestima i tokom zimskog perioda u godini.

Pored klasičnih muzeja postoje muzeji iz različitih oblasti, zanatskih i privrednih delatnosti.

Jedna od zanimljivosti je i muzej brodova u Bremerhavenu, koji je zanimljiv po tome što su predstavljeni svi plovni objekti od najstarijih vremena pa do danas. Ovaj muzej je primio prve turiste 1881. godine. Spada u muzeje iz oblasti tehnike (brodogradnje).

Etnografski muzeji (Preilichtmuseum) – magnetska privlačnost koju imaju kao deo kulturnog turizma

Etnografski muzeji su kulturno svedočanstvo o životu ljudi iz prošlosti; pre svega, reč je o starim seoskim zgradama koje su sačuvane i čuvaju se da bi sadašnje i buduće generacije imale predstavu o načinu života ljudi tog podneblja u prošlosti. U Nemačkoj samo u 1998. godini ovaj tip muzeja posetilo je preko 5,6 mil. ljudi. Ovo pokazuje da se ljudi žive interesuju za život ljudi iz prošlosti, da ih zanima njihov život, način obrade zemlje, običaji. Istorijske zgrade i naselja ilustruju kulturu življenja na selu i predstavljaju ogledalo života ljudi na tom terenu u socio-ekonomskom i kulturnom smislu. U različitim regionima Nemačke u prošlosti razne zgrade i objekti građeni su u skladu sa prirodom na tom terenu.

Etnografski muzeji mogu imati lokalni, regionalni i internacionalni turistički značaj. Oni prikazuju život seljaka, njihovu ekonomiju i zanatsko-tehnički nivo toga vremena (mlinovi, radionice). U etnografskim muzejima nalaze se kulturno-istorijska dobra koja potiču iz seoskog ili gradskog miljea. Reč je o stvarima, predmetima i dokumentima (faktima) koji odslikavaju svakodnevni život lju-



Muzej za izradu umetničkog stakla

GLAVA 5

Tabela – Gosti i broj prenoćišta u nemačkim banjama i klimatskim lečilištima od 1999. do 2004. godine

ISHRANA					
1999	5.700.857	3.312.442	4.788.909	1.837.148	15.639.356
2000	6.099.605	3.534.588	5.064.124	1.970.475	16.668.792
2001	6.234.372	3.336.014	5.265.106	2.048.659	16.884.151
2002	6.129.399	3.250.651	5.361.952	1.982.853	16.724.855
2003	6.109.789	3.263.893	5.787.913	1.968.095	17.129.690
2004	6.203.661	3.277.010	5.698.489	2.035.355	17.214.515
Promene 2004/2003 2004/99 u %	+502.661 +8,82	-35.321 -1,07	+909.580 +18,99	+198.207 +10,79	+1.575.159 +10,07
Promene 2004/2003 2004/2003 u %	+93.872 +1,54	+13.117 +0,40	-89.424 -1,55	+67.260 +3,42	+84.825 +0,50
PRENOĆIŠTE					
1999	39.238.947	17.534.352	31.342.372	10.347.391	98.463.062
2000	41.549.361	18.296.507	33.141.168	10.840.043	103.827.079
2001	42.428.162	17.735.221	34.303.796	11.174.754	105.641.933
2002	41.386.590	16.620.781	34.502.403	10.544.937	103.054.711
2003	39.776.697	16.273.802	35.735.856	10.282.473	102.070.828
2004	38.199.403	15.579.112	34.585.938	10.186.191	98.550.644
Promene 2004/99 2004/99 u %	-1.039.544 -2,65	-1.955.240 -11,15	+3.243.566 +10,35	-161.200 -1,56	+87.582 +0,09
Promene 2004/2003 2004/2003 u %	-1.577.294 -3,97	-604.690 -4,27	-1.151.918 -3,22	-96.282 -0,94	-3.520.184 -3,45
DUŽINA BORAVKA					
1999	6,88	5,29	6,54	5,63	6,30
2000	6,81	5,18	6,54	5,50	6,23
2001	6,81	5,32	6,52	5,45	6,26
2002	6,75	5,11	6,43	5,32	6,16
2003	6,51	4,99	6,17	5,22	5,96
2004	6,16	4,75	6,07	5,00	5,72

GLAVA 5

Tabela – Gosti i prenoćišta u nemačkim banjama i klimatskim mestima u prvoj polovini 2005. godine

	Mineralne banje sa lekovitim blatom		Klimatske banje i oporavilišta		Morske banje i oporavilišta		Specijalne banje i oporavilišta		UKUPNO	
ISHRANA										
SR Nemačka	2.755.678	2,1	1.467.567	3,2	2.673.851	-2,3	904.127	1,0	7.801.313	0,7
Stranci	281.103	-3,6	253.838	12,7	69.448	11,0	114.713	4,5	719.102	4,4
2005 ukupno	3.036.781	1,6	1.721.495	4,5	2.743.299	-2,0	1.018.840	1,4	8.520.415	1,0
PRENOĆIŠTA										
SR Nemačka	17.564.060	-1,7	6.995.608	0,7	14.182.279	-5	4.503.581	-0,5	43/245.528	-2,2
Stranci	694.705	-1,0	808.558	13,1	211.893	14,2	352.906	3,7	2.068.062	6,5
2005 ukupno	18.258.765	-1,7	7.804.166	1,9	14.394.172	-4,7	4.856.487	-0,2	45.313.590	-1,9
DUŽ. BORAVKA										
SR Nemačka	6,40	-3,1	4,80	-2,1	5,30	-1,9	5,00	-2,0	5,54	-2,9
Stranci	2,50	4,2	3,20	0,0	3,10	3,4	3,10	0,0	2,88	2,1
2005 ukupno	6,01	-3,2	4,53	-1,5	5,25	-2,9	4,77	-0,6	5,32	2,8

Izvor: Deutscher Heilbaderverband e.V., Bonn vopt, avgust 2005.

di, religiozna shvatanja i privatni život pojedinaca iz predindustrijskog i industrijskog perioda u razvoju ljudskog društva.

Prvi etnografski muzej sagrađen je 1891. godine u blizini Stokholma. Ovaj tip muzeja bio je poznat najpre u severnoj Evropi. Prvi etnografski muzej "Ostfelder Bauernhaus" izgrađen 1899. godine u Husmu. Regionalni etnografski muzej izgrađen je 1909. godine u Kenigsbergu, a centralni muzej 1934. u Klopensburgu. Od 60-ih godina počinje izgradnja etnografskih muzeja u Bavarskoj. Danas ih ima u gotovo svim pokrajinama Nemačke.

Ima nekoliko tipova etnografskih muzeja:

- 1 – seljačko-poljoprivredni muzeji (život i rad);
- 2 – poljoprivredno-tehnički muzeji;
- 3 – industrijski muzeji i rudnici kao muzeji;
- 4 – arheološki etnografski muzeji.

Po svom značaju mogu se podeliti na:

1. državne;
2. regionalne i
3. lokalne.

Muzeji iz oblasti zanatstva

Veliki broj muzeja postoji iz oblasti starih zanata, među kojima treba istaći: muzej stakla, kovačkih zanimanja, muzeje iz raznih drugih starih zanata. U navedenim muzejima može se pratiti razvoj zanatstva kroz istoriju pa sve do današnjih dana.

Ovi muzeji predstavljaju dodatnu turističku atrakciju, u kojima posetioci imaju prilike da se upoznaju sa načinom izrade raznih zanatskih proizvoda. U nekim muzejima postoji mogućnost da i turisti učestvuju u izradi pojedinih predmeta. Mnogi predmeti proizvedeni u malim radionicama predstavljaju istovremeno proizvode koji podsećaju na posetu i čuvaju se kao interesantni suveniri.

Festivali

Festivali i festivalske igre su, pre svega, organizovane umetničke predstave koje se održavaju jedanput u godini, ili ,pak, periodično, kao veća kulturna dešavanja koja mogu trajati više dana, nedelja, ili meseci.

Muzički festivali

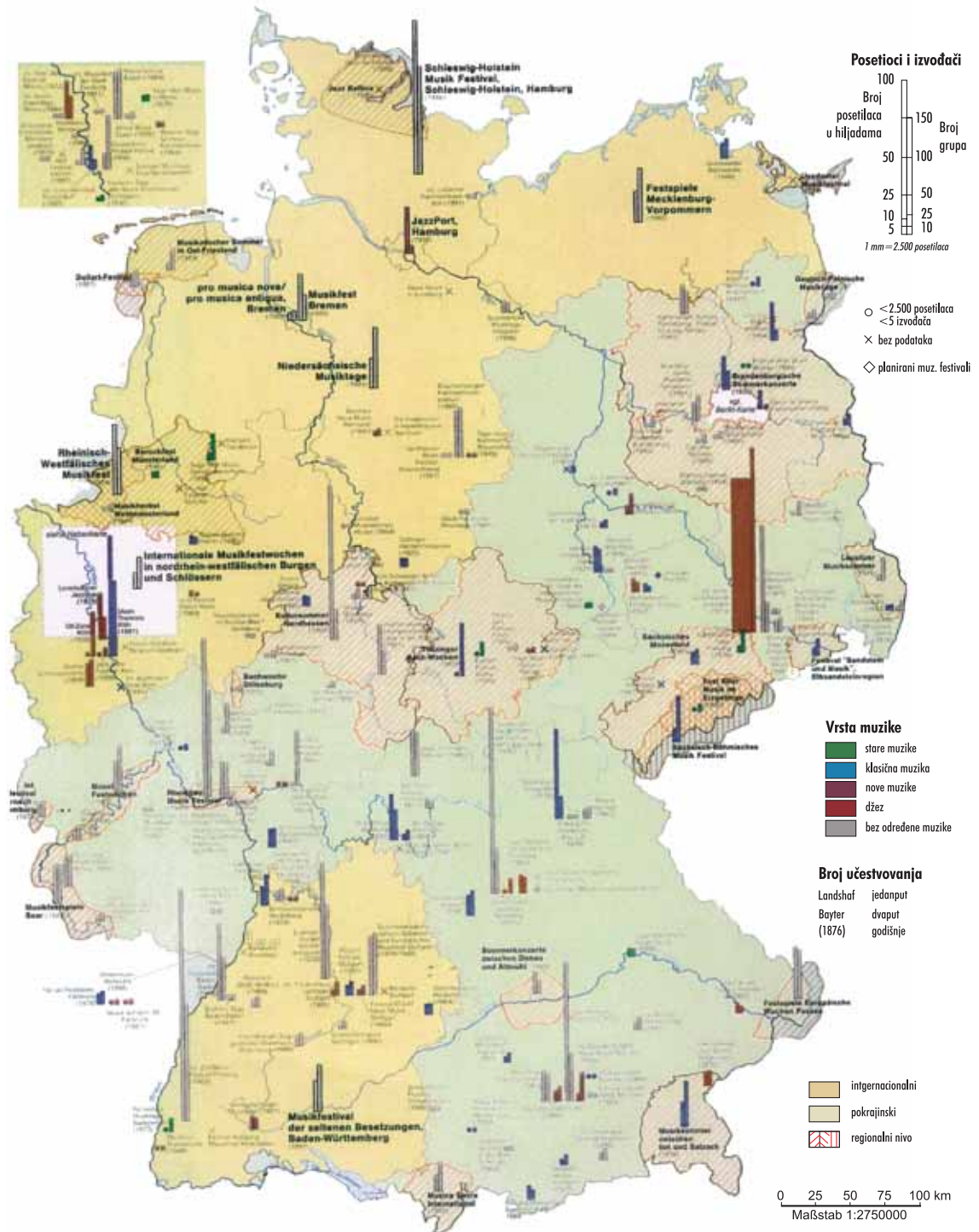
Održavaju se u formi koncerata, ili muzičkog teatra. Kod muzičkih festivala nije uvek primaran njihov kvalitet, već je važnije da budu u skladu sa sredinom, prirodom i duhom grada u kome se održavaju i da su od interesa za stanovnike i održanje njihove kulturne tradicije. Postoje festivali koji se organizuju na lokalnom, regionalnom i internacionalnom nivou. Što se tiče festivala u Nemačkoj, postoje oni koji obuhvataju celu Nemačku, i to:

Tabela -. Prikaz festivala po starosti održavanja

Najstarije narodne manifestacije u Nemačkoj		
Mesto	Naziv festivala	Godina prvog održavanja
Bad Hersfeld	Lukullusfest	852
Bad Wimpfen	Talmarkt	965
Kaiserslautern	Oktobermarkt	985
Verden	Donrvveih	985
Herford	Vision	1011
Donauwörth	Mai-Markt	1030
Würzburg	Kiliani-Volksfest	1030
Bremen	Freimerkt	1035
Passau	Herbstdult	1164
Fürth	Michaelis-Kirchweih	12. vek

Tabela – Spisak i broj posetilaca prosava u Nemačkoj 1999. godini

Najveće narodne proslave u Nemačkoj			
Mesto	Naziv festivala	Godina prvog održavanja	Broj posetilaca (milioni)
München	Oktoberfest	16	6,5
Stuttgart	Cannstatter Wasen	16	5,0
Düsseldorf	Schützenfest	9	4,0
Herne	Cranger Kirmes	10	4,0
Bremen	Freimarkt	16	3,5
Hamburg	Hamburger Winter	31	3,0
Hamburg	Hamburger Sommer	31	2,8
Framkfurt/M.	Dippemess	24	2,0
Nürnberg	Frühlingsfest	16	2,0
Nürnberg	Herbstvolksfest	17	2,0
Neuss	Bürger Schützenfest	3	2,0
Hannover	Schützenfest	10	2,0
Oldenburg	Kramermarkt	10	1,5
Hannover	Frühlingsfest	22	1,2



Muzički festivali u SR Nemačkoj u 1998. godini

– **Festival (Internationale Heinrich-Schütz-Fest Kassel)** u Kaselu koji je osnovan 1930. godine; održava se svake druge godine, ima 8 predstava u svom sklopu i na ovom festivalu dominira izvođenje stare muzike.

– **Festival Baha (Bachfest der Neuen Bachgesellschaft – Leipzig)** sa sedištem u Lajpcigu koji je osnovan 1904. godine; održava se svake godine, ima 35 predstava na kojima dominira izvođenje stare i klasične muzike.

U novije vreme održavaju se festivali kao deo zabave (Events); ograničenog su trajanja, a koriste se većinom u turističke svrhe.

Festivali klasičnog muzičkog stvaralaštva

Broj posetilaca kreće se od 150 pa sve do 100.000 koji prisustvuju izvođenju na oko 140 predstava. Najpoznatiji koncerti (ovog tipa) održavaju se u Šleswig-Holštajnu (Schleswig-Holstein), zatim festival u Mosel-u, Kassel-u. Poznati su i festivali kao što je Bajroteršpile, die Maifestšpiele i mnogi mjuzikli iz zemlje i inostranstva.

Festivali spadaju u kulturni turizam. Oni ponekad mogu trajati više dana i prevazilaze lokalne okvire, te zbog toga imaju sve elemente turističkog kretanja. Ovaj vid rekreacije je veoma poželjan, jer omogućava ljudima da se opuste i pobegnu od obaveza i briga svakodnevnog života. Muzički festivali spadaju u “Event-tourism”.

U turističkoj poseti u Nemačkoj značajnu ulogu igraju i muzički festivali. Muzički festivali podeljeni su po tipovima i načinu izvođenja. Mogu se podeliti na:

- festivali stare muzike,
- festivali klasične muzike,
- festivali nove muzike,
- festivali džez i
- festivali folklora.

Festivali su po svom značaju podeljeni na pokrajinske, regionalne i lokalne. Poseta festivalima predstavlja snažnu turističku osnovu a istovremeno ima kulturnu funkciju jer doprinosi upoznavanja sa muzičkim dostignućima Nemačke.

Danas muzički festivali imaju još snažniji uticaj, s obzirom da se često predstavljaju preko medija što dodatno utiče na širenje kulture i popularizaciju u cilju razvoja kulturnog turizma.

Na naznačenoj slici predstavljeni su najvažniji muzički festivali koji su održani 1998. godine u Nemačkoj.

Narodni muzički festivali u Nemačkoj imaju dugu tradiciju i svake godine njihov značaj se povećava. Nekoliko festivala imaju i međunarodni značaj kao što je “Oktober-fest” u Minhenu. Broj posetilaca prelazi nekoliko miliona i održava se svake godine. Predstavlja svojevrsnu turističku atrakciju koja ima i međunarodne razmere.

Muzičke priredbe i festivali su i ekonomski značajne za mesta u kojima se održavaju, a takođe i za privredu cele Savezne republike Nemačke. Samo prili-



Zamak i stari most u Hajdelbergu (Heidelberg)

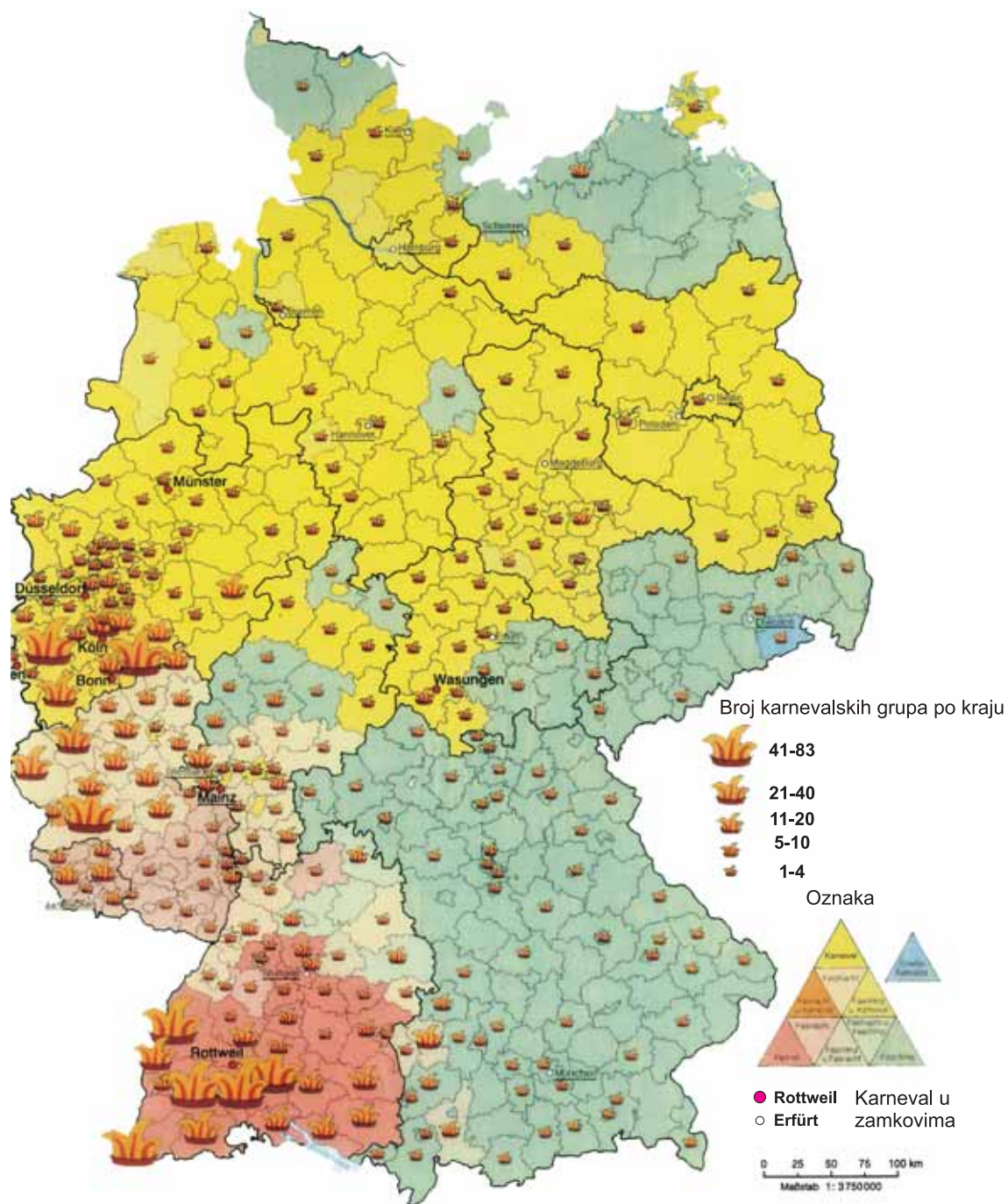
kom karnevalskih proslava ostvari se godišnji promet između tri do pet milijardi evra. Na festivalskim i karnevalskim proslavama zaposleno je oko 50.000 ljudi.

Postoje i druge vrste festivala, kao što su crkveni festivali, festivali vina, piva itd. Jedna trećina narodnih festivala ima dugu tradiciju i stariji su od 200 godina, a poneki imaju hiljadugodišnju tradiciju.

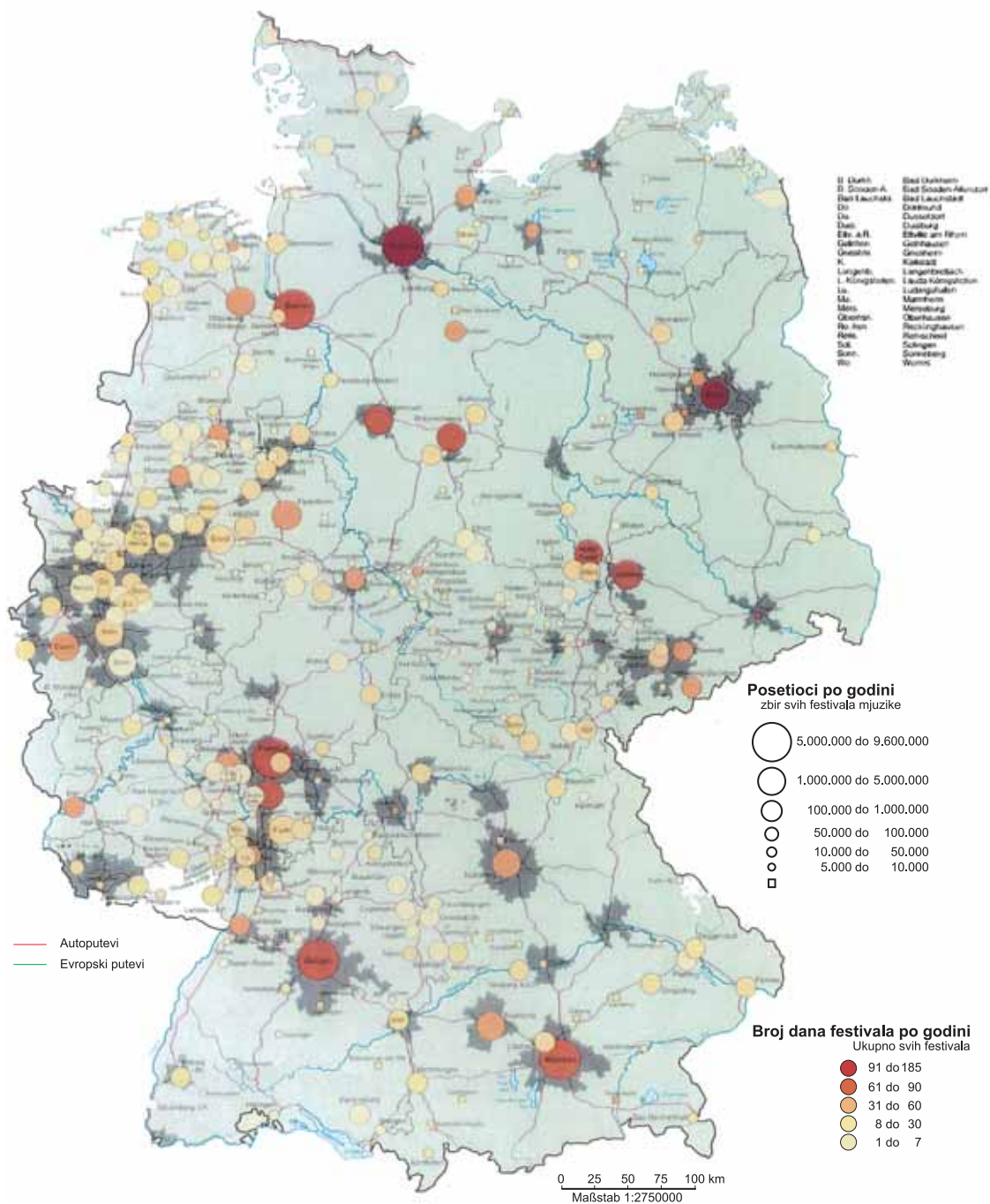
Prema statistici Savezne Republike Nemačke, u Nemačkoj se održava preko 10.000 raznih proslava i festivala, sa preko 200 miliona posetilaca.

Narodni praznici i svečanosti (Volksfeste)

Narodni praznici i svečanosti najstariji su vid provoda Nemaca u slobodnom vremenu. Ove proslave spadaju među starije običaje Nemaca i predstavljaju vrstu narodnih i kulturnih proslava u Nemačkoj. Ove proslave često su povezane sa crkvenim praznicima. Putem njih se, kroz igru i muziku, čuvaju narodni običaji. Narodne proslave prave se leti (Schützenfeste, Kirmes), a zimske su najčešće u formi karnevala. Istorija ovih proslava je takva da su one prvobitno imale religiozan karakter. Neke proslave čuvaju tradiciju mesta u kojima se u prošlosti obavljala značajna trgovačka aktivnost (sajmovi i sl.). Postoje i druge vrste proslava, npr., praznik vina. Jedna trećina ovih proslava ima tradiciju dužu od 200 godina, a neke i 1000 godina! Svaka druga opština u Nemačkoj ima jednu proslavu u toku godine. Mnogi gradovi imaju (annual-events) i više proslava tokom godine. Najveća i najpoznatija je proslava u Minhenu (München), a postoje i razne proslave u Štuttgartu, Kelnu, Berlinu i Dortmundu sa posetom od blizu milion ljudi. Nemačke proslave u svetu su poznate po velikom broju posetilaca, prijatnosti i kulturi – po lepim običajima koji su privlačni za strane turiste. Proslave imaju odlike kulturnih i ekonomskih manifestacija. Često su povezane sa održavanjem saj-



Poklade i karnevali u SR Nemačkoj 1999. godine, prema regionima



Narodni muzički festivali u SR Nemačkoj u 1999. godini.
Posetiooci i dužina trajanja

movna, a na njima su zastupljene folklorne igre i festivalski sadržaji koje prate razne gradske i turističke zabave (events) i predstavljaju turističke atrakcije.

U Nemačkoj se održi oko 10.000 narodnih svečanosti kojima prisustvuje oko 200 miliona posetilaca.

Karnevali (Fasnet – Fasching)

Karnevali u zapadnim delovima Nemačke (Kelns, Diseldorf, Majnc, Ešveiler) imaju dugu tradiciju. Karnevale u Bavarskoj nazivaju “fašing” (fasching). Reč karneval potiče iz italijanskog jezika “carne vale” koji znači “meso, živi dobro”. To je katolički praznik pred početak posta. Karneval obično počinje krajem februara i početkom marta, kada slavlje doživljava vrhunac. Tradicionalno počinje 11. novembra u 11 sati i traje, kroz proslave raznih karnevalskih udruženja i grupa koja se tokom čitave godine pripremaju. Poslednja nedelja karnevala počinje u četvrtak (Weiberfest) i završava se u sredu (Aschermittwoch). U ponedeljak, između četvrtka i srede održava se najveća karnevalska proslava koja se naziva Roze-montag (Rosemontag) u kojoj, samo u Kelnu, učestvuje između 1,5 do 2 miliona ljudi. Slična je situacija i u Majncu, Diseldorfu i dr. zapadnim delovima Nemačke. Treba istaći da u severnim i istočnim pokrajinama Nemačke nema proslave karnevalskih praznika jer većinu stanovništva čine evangelisti. Karneval je u Nemačku prenesen iz Italije za vreme primanja hrišćanstva, u ranom srednjem veku. Kada danas govorimo o karnevalu, možemo reći da on, sa aspekta turizma, predstavlja veliko zadovoljstvo za masu ljudi (Massen-Event). Ovi zabavni karnevalski programi, gde su učesnici kostimirani u odore i kostime raznih, živih boja, sa raznovrsnim, duhovito napravljenim maskama na glavi, uveseljavaju ljude, a istovremeno – zbog kostima koje nose učesnici – nestaju sve socijalne razlike između njih, one se potpuno uklanjaju. U vreme proslave karnevala, kada nestaju sve razlike među ljudima, dolazi do posebnog vida psihofizičke rekreacije, jer se ljudi oslobađaju stega i svakodnevnih životnih problema. Mnogi ljubitelji karnevala dolaze iz raznih krajeva Nemačke, kao i iz inostranstva, u mesta gde se održavaju velike proslave (Köln, Mainz, Düsseldorf i Achen) i tu ostaju nedelju dana, koliko on traje. Prema tome, karnevali predstavljaju oblik turističke rekreacije i deo su turističke ponude onih mesta i država gde se održavaju. Ova vrsta turizma prema svom karakteru, može se svrstati u manifestacioni turizam koji je deo kulturnog turizma.

Naša zemlja nema tradiciju karnevala, osim onog koji se održava u Boki Kotorskoj (Herceg-Novi, Kotor i Tivat) pod nazivom “Praznik mimoze”, koji se delimično proslavlja i u Beogradu pod nazivom “Dani mimoze”. Neka forma maskiranja i pravljenja maskarada može da se nađe kod Bunjevaca i na području istočne Srbije.

Aktiviranje proslave karnevala i vašara u Srbije i Crne Gore, uz medijsku podršku, imalo bi odgovarajuće finansijske efekte, a istovremeno bi doprinelo specifičnom opuštanju od napetosti svakodnevnog života i moglo bi predstavljati

zanimljivu formu turističke rekreacije. Osmišljavanje tradicionalnih proslava, uz učešće medija, jedna je od mogućnosti aktiviranja naše turističke privrede.

Ekonomski značaj karnevala

Posle terorističke akcije 11. septembra 2001. godine u Americi broj učesnika na karnevalu naglo je opao zbog straha od ponavljanja akcija slične vrste u Nemačkoj. Prema proračunima Statističkog zavoda Nemačke na karnevalima se zaposli se oko 50.000 ljudi.

Pozorišta i druge teatar-grupe

Pozorište i pozorišne predstave doprinose kvalitetu života. Pozorišta u Nemačkoj imaju sa aspekta turističke posete, značaj samo u nacionalnim razmerama, koji je rezultat jezičkih barijera za šire uključivanje posetilaca iz drugih jezičkih područja.

Najpoznatije pozorišne kuće su "Milovitsch-teatar" u Kelnu, Narodni teatar u Hamburgu i Minhenu.

1.17. Turistička rekreacija i zdravlje

Zdravstveno-rekreativna funkcija turizma je jedan od osnovnih motiva turističkog kretanja. Zdravstveni turizam je najčvršće povezan sa rekreativnom funkcijom, uključujući i ostale funkcije, kao što su kulturno-vaspitna, politička i socijalna. Odmor i rekreacija su u funkciji zdravstvenog turizma. Granicu između rekreativne i zdravstvene funkcije nije uvek lako odrediti.

1) Turistička medicinska geografija (medicinska geografija)

Savremena turistička putovanja kao fenomen našeg vremena dobila je velike razmere kako po broju tako i po dužini i raznovrsnosti destinacija.

Prilikom putovanja a posebno turističkih, potrebno je imati neophodne informacije o mestima, regionima i zemljama u kojima se putuje. Mnoge opasnosti mogu nastati ukoliko se prethodno izvrše sve potrebne preventivne pripreme za putovanje u udaljena područja drugih zemalja ili kontinenata. To se posebno odnosi na putovanje u tropske ili subtropske oblasti u kojima se zbog nepoznavanja određenih zdravstvenih uslova može oboleti a ponekad se završiti sa tragičnim posledicama.

Poznato je već iz iskustva da svaka putovanja bliža ili dalja dovode do mnogih promena u organizmu, kako pozitivnih tako i negativnih.

U SR Nemačkoj postoje turističko-medicinski priručnici koji daju neophodne informacije o raznim bolestima koje se mogu dobiti na putovanjima.

Prilikom svakog putovanju u udaljene zemlje potrebno je pored ostalog dobiti informacije i o zdravstvenim uslovima. Takvu vrstu stručnih informacija dobijaju se od lekara– stručnjaka za tropske i infektivne bolesti. U specijalno namenjenim priručnicima (REISE – MEDIZIN) navodi se geografska raspostranjenost bolesti.

Prilikom svakog dužeg putovanja konsultacije sa lekarom su neophodne radi dobijanja saveta i neophodnih lekova koji se individualo određuju, vodeći računa o turističkim destinacijama.

Ono što je sastavni deo svakog turističkog putovanja je mala apoteka koja služi kao prva pomoć koja je potrebna prilikom putovanja do dolaska u prvu zdravstvenu ustanovu koja dalje pruža medicinsku pomoć.

- Prema preporuci nemačkih lekara koja se bave medicinskom geografijom, na put je poželjno poneti:
- tablete protiv bolova, proliva, razne vrste kremova protiv opekotina, medicinske zavoje, zaštitne naočare za sunce, kapi za oči idr.

Pri putovanju potrebno je upoznati se sa načinom čuvanja i upotrebe lekova kao i vreme njenog korišćenja. Prilikom putovanja u tropske i subtropske krajeve neophodno je imati i sve potrebne informacije o medicinskoj i higijensko sanitarnim uslovima. Pre putovanja uz neophodnu konsultaciju lekara za tropsku medicinu izvršiti pravovremene mere zaštite (vakcinacije) od “tropskih bolesti”.

Prilikom putovanja mogu nastati razne vrste oboljenja a najčešća su: očna oboljenja “konjuktivitis”, koja izazivaju svrab, zapaljenje očiju, crvenilo, grebanje. Uzroci su najčešće prilikom putovanja: prašina, promaja ili dim.

Prilikom skijanja na vodi ili na snegu može doći do određenih oštećenja pa u tom slučaju preporučuje se poneti kapi za oči, ali samo uz preporuku lekara. Zaštitne naočare prilikom boravka na snegu postale su gotovo neizbežan rekvizit.

Prilikom putovanja dolazi do promene klime i higijenskih uslova (upotreba prljavih ruku, preko vode i hrane), najčešće se pojavljuju razne vrste bakterijskih infekcija. Ponekad ova vrsta akutnih infekcija ukoliko se ne leče nogu da dobiju i hroničan karakter. U udaljenim delovima sveta, naročito u tropskim i subtropskim predelima potrebno je obratiti pažnju prilikom uzimanja hrane i vode. Jedna od preventivnih zaštita je adekvatna termička obrada.

Prilikom svih putovanja a posebno turističkih mogu nastati razne vrste bolesti izazvane virusima, bakterijama, glistama, amebama i dr. mikro organizmima.

Medicinska geografija

Medicinska geografija postaje predmet sve većeg interesovanja različitih stručnjaka, a pre svega iz oblasti medicine i geografije, odnosno turističke geografije. U delu “Osnovi medicinske geografije” dr Z. Jovičić navodi da postoji jasna zavisnost zdravlja ljudi od životne sredine koja je tesno povezana sa geografskom sredinom i medicinom u njenom širem značenju. Potreba za rekreacijom či-

ni deo medicinske geografije. U gore navedenoj knjizi medicinska geografija se definiše kao grana i medicine i geografije. Medicinska geografija je interdisciplinarna nauka koja, pored medicine i geografije, koristi saznanja niza drugih naučnih disciplina, kao što su: biologija, psihologija, sociologija, meteorologija i dr.

Medicinska geografija bavi se odnosima prostora i zdravstvenog stanja čoveka. (Dr Živadin Jovičić, Prostor i čovek su osnovni elementi medicinske geografije.) Prostor, kao deo prirodne životne sredine i zdravstveno stanje čoveka predstavljaju osnov proučavanja medicinske geografije. Postoji međuzavisnost između čoveka, kao dela prirode, i prirode u širem smislu. Zdravlje i njegova suptnost – bolest, predstavlja primarni zadatak medicine.

Praktična uputstva na turističkim putovanjima

Povraćanje nastaju putem infekcije – nedovoljno čiste hrane i vode a najčešće nastaje u tropskim vlažnim predelima. Simptomi povraćanja mogu biti i zbog oboljenja od malarije, hepatitisa, jetre, žuči i dr. Prva i osnovna mera do posete lekaru je stroga dijeta uz uzimanje velike količine tečnosti.

Prehlade – najčešće nastaju prilikom zimskih putovanja. Uzrok mogu biti bakterijske i virusnog karaktera. Simptomi su: kijavica, kašalj, oboljenje grla, glavobolja, bolovi u mišićima i dr.

Alergijske reakcije – mogu nastati prilikom uzimanja hrane u egzotičnim zemljama ili pak izazvane polenovim prahom.

Povišenje temperature – normalna temperatura kreće se do 37stepeni celzija i varira u toku dana. Svaka povećanja temperatura je signal da je organizam oboleo i da treba potražiti pomoć lekara.

Promene na koži – prilikom putovanja mogu se ponekad pojaviti i promene na koži uzroci mogu biti razni: klimatski razlozi, hladnoća, UV-zraci.

Infekcije: bakterijske gljivične i paraziti.

Ujedi raznih životinja: zmija, paukova, meduza i td.

Srce i krvotok – promene mogu nastati izazvane klimom i ostalih štetnih faktora. Za ovu vrstu oboljenja neophodna je pomoć stručnog lekara.

Bolovi – na putovanjima mogu se pojaviti bolovi sa različitim uzrocima i na različitim mestim, i to: kičme, mišićnog tkiva glave, zuba, uha, mokraćnih kanala itd.

Pored prve pomoći, uzimanje lekova protiv bolova potrebno je obratiti se za pomoć lekaru.

Zarazne bolesti

Za mnoge zarazne bolesti potrebno je izvršiti pravovremenu vakcinaciju (kolera, tifus, paratifus, hepatitis A i E, velikog kašlja, boginja, herpesa i dr.).

Na turističkim putovanjima mogu se dobiti i razne vrste polnih bolesti (gonoreja, sifilis, SIDA i td.). Sida predstavlja veliki svetski problem a posebno su

ugraženi putnici koji putuju u daleke zemlje (Tajland i države Srednje Amerike) ovi turisti željni avantura nazivaju se u stručnoj literaturi i "SEX-turisti".

Ujedi raznih životinja

Ujedi raznih životinja mogu ponekad biti veoma neprijatni a u izuzetnim slučajevima se mogu završiti i sa tragičnim posledicama. U grupu životinja čiji ujed predstavlja opasnost za čoveka spadaju zmije, krpelji, razne vrste paukova i td. Od morskih životinja treba ukazati na opasnost od ajkula. Kod mnogih vrsta ajkula samo mali broj predstavlja opasnost za čoveka, uglavnom žive u tropskim i subtropskim morima. One mogu teže da povrede kupača posle čega često nastaje smrt. Najčešće prate brodove pa zbog toga mogu često zalutati u luke.

Za turiste je najbolje raspitati se o mogućoj opasnosti kod domaćeg stanovništva.

Morske zmije, koje žive u toplim okeanima (Inijski, Atlanski i Tihi okean) predstavljaju takođe opasnost. Ponekad može nastati problem prilikom kontakta sa meduzom posle čega nastaje crvenilo, svrab a ponekad mogu izazvati jake bolove. U manje probleme predstavljaju morski ježevi.

Zmije – od velikog broja vrsta zmija samo mali broj predstavlja opasnost od ujeda. Najčešće opasnosti ujeda zmija izloženi su avanturisti, šetači, planinari i učesnici raznih ekspedicije.

Najčešće se ujedi događaju se na nogama visine do 30 cm, zbog toga je prilikom izleta nositi duge pantalone i cipele.

1.18. Turistička politika i turističke organizacije u SR Nemačkoj

Turistička politika Nemačke vlade orijentisala se prethodno kroz opštu privrednu politiku. Izgradnjom infrastrukture i mera za dalju modernizaciju takođe je u funkciji razvoja turističke privrede. Radi stimulacije i oživljavanja privrede Savezna vlada smanjila je privrednim subjektima porez. Zatim je pristupila smanjenju birokratskog aparata radi poboljšanja privrednih strateških pozicija. Za razvoj turističke privrede Savezni biro za turizam "Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)", doneo je niz mera radi posticanja daljeg razvoja turizma. U tom smislu određeni su sledeći ciljevi:

- Poboljšanje kvaliteta svih vrsta turističkih usluga.
- Obrazovanje i naknadno usavršavanje stručnih radnika u turizmu.
- Pomoć u promeni strukture naročito u uvođenju novih tehnologija i komunikacionih tehnika.
- Uvođenje novih modernijih propisa u turizmu.
- Razvijanjem i usavršavanje marketing-koncepta u turizmu radi povećanja konkurenosti na međunarodnom tržištu.

Savezna vlada želi da što čvršće usagласi saradnju sa turističkim savezima i pokrajinama. Saradnja treba da se uspostavi sa turističkom privredom i poslovnim partnerima, Savezima, Sindikatom kao i sa naučnim institucijama.

Savezna vlada je u tesnoj saradnji sa internacionalnim i multinacionalnim programima povezana u skladu generalne realizacije turističke politike u okviru EU. Posebno se insistira na saradnji sa Istočno Evropskim zemljama koje su u međuvremenu postale članice Evropske unije.

Na multinacionalnom nivou, turistička politika Nemačke tesno saraduje sa OECD pre svega na daljem razvoju i poboljšanju zaštite prirode. Na Svetskoj izložbi EXPO – 2000 Nemačka je dobila jedinstvenu šansu da se kao turistička zemlja prestavi internacionalnoj publici.

Perspektive daljeg razvoja turističke privrede

Nemačko hotelijerstvo na početku 1999. godine raspolagalo je sa preko 38.800 hotela, pansiona i kuća za prenoćište. Sa ukupno 851.100 soba što je iznosio kapacitet od 1,57 miliona postelja. Na osnovu statističkih podataka Saveznog ministarstva broj turističkih preduzeća povećan je za 4,1%, broj postelja povećan je za 16,5% u odnosu na 1993. godinu.

U posebnu grupu turističkih smeštajnih objekata (kuća za prenoćište, omladinskih turističkih centara, planinarskih domova itd.) kapacitet postelja povećan je snažno od 1993. godine na 14.300 turističkih preduzeća (+24,2%) i povećanje broja postelja za 691.000 što iznosi povećanje od 19,5%. Povećanje broja prenoćišta u 1998. godini imao je rast od 2,6%.

Na osnovu premanenmog rasta turističke privrede može se konstatovati da je potrebno i dalje ulagati u turistički sektor.

Uloga turističkog sektora – putničkih i avio kompanija

Za razvoj turizma u celini veliku ulogu odigrale su i poslovne aktivnosti velikih turističkih agencija i čarter– avio kompanija. Agencijski sektor zajedno sa avio kompanijama dobili su još veći značaj u internacionalnim razmerama. Posebno se može videti značaj Nemačkih turističkih prestavnika u odnosu sa ostalim turističkim predstavnicima iz drugih država EU. Kao što smo naveli razvoj saobraćajnih sredstava među njima posebno treba istaći broj turističkih autobusa koji se nalaze na trećem mestu iza privatnih automobila i avionskog saobraćaja. Turistički značaj autobusa je relativno stabilan i imaju dosta značajnu ulogu u turističkom kretanju seniora, studijskih putovanja i razgledanja gradova.

U Nemačkoj ima oko 6000 autobuskih preduzeća sa preko 60.000 zaposlenih u funkciji turističke privrede.

Turistički prestavnici

U 1998. godini u Nemačkoj je bilo registrovano 15.500 turističkih agencija a od toga 9.900 otpadalo je na turističke biroe. Posebno treba istaći uvođenje novih čarter linija u avionskom saobraćaju. Izuzetan porast turističkih programa čine jeftina putovanja pod nazivom "Last-minute" ponude.

Ovakve ponude su veoma zanimljive za mlade i starije generacije koji imaju fleksibilno slobodno vreme. Poslednjih godina veliki broj aviokompanija uvode jeftine letove na svim interesantnim Evropskim destinacijama sa izuzetno povoljnim cenama, koje se kreću između 19 i 29 evra zavisno od kompanije i udaljenosti.

Turizam u Nemačkoj u 2000 godini kao i 2001. godini bio je jedan od najdinamičnijih sektora privrede u svetu. Posebno se to može uočiti u visoko industrijalizovanim zemljama SAD, Japan i Nemačka.

I pored privredne recesije zatim pojava SARS epidemije, terorističkih aktivnosti turizam se u 2003. godini brzo oporavio sa daljom tendencijom rasta. Prema statističkim podatima Svetske turističke organizacije (WTO) broj turista koji su putovali u inostranstvo u 2000. godini iznosio je 687,3 miliona; 2001. godine iznosio je 684,1 milion; 2002. godine dolazi do rast i iznosi 700,2 miliona. U statističke podatke Svetske turističke organizacije uključena su poslovna, dnevna putovanja kao i poseta kongresima.

18.1. Turistička politika Nemačke i Nemačka u okviru EU

Turistički propisi

U cilju daljeg razvijanja turizma na nivou Savezne Republike Nemačke doneti su niz zakonskih propisa i mera koji treba da realizuju navedene ciljeve. Na nivou cele Nemačke ministarstvo privrede i Nemačke centrale za turizam doneli su 1.1.1999. godine niz mera kao i ideja za razvoj ovog privrednog segmenta. U realizaciji navedenih ciljeva uključene su sve organizacije i institucije, Naučni instituti, prestavnici agencija i vazduhoplovnih kompanija kao i sredstva informisanja na saveznom nivou. Jedna od najznačajnijih državnih centrala za turizam je Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) koja ima cilj kordinacije i povezivanja turističke privrede i turističkog saveza Nemačke ne samo na unutrašnjem planu već i sa stranim partnerima.

Saradnja Nemačke centrale za turizam u tesnoj je vezi sa ostalim privrednim sektorima i medijskim kućama. Nemačka centrala za turizam povezana je a svim značajnim saobraćajnim kompanijama na nivou cele zemlje.

Posebna pažnja posvećena je marketing-strategiji koja ima za cilj povezivanja svih relevantnih turističkih prestavnika u svetu. To se naročito pozitivno odrazilo na Svetskoj turističkoj izložbi EXPO 2000.održana u Hanoferu.

Jedna od osnovnih aktivnosti turističke centrale za turizam bila je 1997. godine, a koja se intezivirala 1999. godine koja se odnosila na značaj marketig-koncepcije i instrumenata za podizanja turističkog imidža Nemačke.

Nemački budžet iz 1999, godine predvideo je za Nemačku centralu za turizam 41,6 miliona DM za realizaciju navedenih ciljeva. Nemački informativni

centar i centar rezervacije (Deutschland Informations-und Reservierungsgesellschaft mbH (DIRG))

Nemački informativni centar za informacije u turizmu povezani su sa modernim medijima i najnovijom informativnom tehnologijom (Internet). Ova agencija je povezana i sa Nemačkim pokrajinama a Nemačke pokrajine sa regionima i ostalim mestima. U tom smislu izgrađeni su jedinstveni informacioni standardi koji služe za navedenu svrhu. Za finansiranje ove agencije Savezno ministarstvo kao i pokrajinska ministarstva izdvojili su petogodišnje finmansiranje (od 1996-2000) u iznosu od 5miliona DM.

18.2 Politika Savezne Vlade Nemačke za hendikepirane osobe

U Saveznoj Republici Nemačkoj na nivou Vlade koja se bavi pitanjima hendikepiranih osoba postavljen je cilj da se ova kategorija stanovništva uključi u društvenu integraciju sa ostalim građanima. Omogućavanjem mobilnosti hendikepiranih lica i izgrađivanje odgovarajuće infrastrukture bio je jedan od preduslova za razvoj turizma ove kategorije stanovništva.

Rezultati istraživačkog projekta Savezne vlade iz 1999. godine, usvojene su i neophodne praktične mere za integraciju i realizaciju turističkih kretanja lica sa posebnim potrebama. Završni izveštaj Ministarstva za zdravlje zahtevao je od istraživačkog projekta "Reisen für behinderte Menschen" (putovanje za hendikepirane osobe). Donelo je niz pozitivnih mera za stimulaciju i realizaciju putovanja.

Iz navedenih razloga Savezno ministarstvo zdravlja osnovalo je 9.9.1999. godine "nacionalno mesto za integrativni turizam. Na osnovu ovih odluka doneti su i zakonski propisi u kojima se svi učesnici i organizatori turističkih putovanja (turističke agencije, turistički biro, saobraćajna preduzeća i drugi učesnici) obavezuju da moraju pružati informacije i sve vrste turističkih usluga hendikepiranim osobama kao i za ostale kategorije građana.

Ministarstvo za zdravlje nalaže da i prilikom školovanja i usavršavanja turističkih kadrova budu osposobljeni za pružanje usluga i hendikepiranima osobama, pod motom "turizam za sve".

Na osnovu zakonskih donetih mera za ovu vrstu građana, osnovan je čitav niz udruženja za pomoć hendikepiranim osobama kao i preporuka da se ova vrsta turističke klijentele što bolje afirmiše.

Turistička privreda neposredno posle mera Savezne vlade, donela je odluku o održavanju seminara i stručno usavršavanje za zaposlene u turizmu. U okviru navedenog projekta u jesen 1999. godine Savezna vlada predstavila je turistički regionalni projekat na čitavoj teritoriji Nemačke na kojoj treba da bude predstavljena kompletna turistička ponuda (smeštajni, ugostiteljski objekti, infrastruktura, kulturna ponuda, rekreacija u slobodnom vremenu i ostale usluge). Rezultat istraživačkog projekta bio je i taj što je izašao pruručnik za hendikepirane osobe "Tourismus für behinderte Menschen" (Turizam za hendikepirane osobe), u izdanju od 10000 primeraka u kojima su navedene sve potrebne informacije.

19. Edukacija i turistička rekreacija

19.1. Turistički kadrovi vezani za turističku rekreaciju

Pojam kadar potiče od francuske reči “le cadre “. Ovaj pojam je imao prvobitno značenje okvir– ram i više se koristilo u vojnoj, političkoj terminologiji.

Poslednjih godina u našem jeziku ovaj pojam određuje kao oznaku za zaposlene. Treba napomenuti da upotreba pojma “kadar” upotrebljavao se

nekada na prostoru Istočno Nemačke, dok se u Zapadnoj Nemačkoj koristi pojam” personal”.

Upravljanje – menadžment

Pojam menadžment potiče iz Engleskog jezika “management” što znači voditi i implicira u smislu vođenja ljudi.

Pojam menadžer u našoj zemlji imao je negativan prizvuk ali danas postao je sastavni deo svake poslovne aktivnosti kako u procesu planiranja, organizacija, vođenja i kontroli prema utvrđenim ciljevima u privrednoj praksi. Pojam menadžer u našem jeziku postao je stalan pojam usled nedostatka adekvatne reči u srpskom jeziku.

Pojam menadžment u našem jeziku mogao bi da se prevede sa pojmom “upravljanje”.

Ljudski resursi (Human Resousces)

Označava “ukupan duhovni i telesni potencijal radnika – saradnika jednog preduzeća ili ustanove kao latentni korišćeni potencijal”. (T. Laukmann, I. Walsh: Management im Zeitalter der strategischen Fuehrung, Gabler, Wiesbaden, 1986. str. 343.

Ljudske resurse za razliku od drugih resursa podrazumevamo sve njihove biološke, fiziološke i druge potencijale uključujući njihova znanja i sposobnost stvaranja u jednom preduzeću ili ustanovi.

Ljudski resursi postaju svakodnevni pojam u razvojnim koncepcijama državnih institucijama, velikih internacionalnih kompanija i drugih preduzeća. Turistička privreda sa aspekta tržišnog segmenta i razvoju turističke privrede pridaje izuzetnu važnost ljudskim resursima ili kako još možemo nazvati ljudskim potencijalima.

Jezički, pojam “resurs” ima značenje kao izvor, potencijal, snaga, mogućnost.

Pojam “ljudski resursi” predstavlja jedan od značajnih faktora za uspešnost turističkih organizacija. Pojam “resurs” istovremeno ukazuje na značenje “potencijal”.

2. Edukacija kadrova u turizmu SR Nemačke

Za razvoj turizma veoma važnu ulogu imaju kvalifikaciona struktura zaposlenih i permanento usavršavanje kadrova zaposlenih u turističkom sektoru. Kvalifikaciona struktura kadrova ima izuzetnu važnost kao kvantitativni i kvalitativni parametri u turističkoj privredi.

Usavršavanje kadrova izvodi se preko biroa za rad i ostalih obrazovnih institucija.

Na osnovu dvanaest zanimanja u turističkom sektoru, šest se odnose na ugostiteljstvo a sledećih šest na saobraćajna zanimanja.

Iz navedene tabele 31.12.1998. godine obuhvaćena je 91.000 polaznika, što je iznosio porast od 8,35 u odnosu na prethodnu godinu. Dalje usavršavanje stručnih kadrova u turizmu predstavlja jedan od odlučujućih faktora za turistički razvoj.

Permanenno usavršavanje u svim sektorima privrednog života a posebno u sektoru turizma ima izuzetnu važnost za sigurnost radnih mesta. U tom smislu Savezna vlada uvela je niz zakona (Berufsbildungsgesetz - BbiG) koje se odnose na profesionalno usavršavanje u oblasti turističke privrede i saobraćaja. Za turistički sektor posebno su atraktivna stručne kvalifikacije koje se odnose na turističku privredu, saobraćaj, hoteljerstvo, gastronomiju, i ostalo ugostiteljsko osoblje. Još 1976. godine dr Stevan Stanković u naučnom časopisu "Turizmologija" br. 6 i 7 Beograd 1976. godine iznosi značaj obrazovanja kadrova u okviru nastavnog predmeta životna sredina.

Za razliku od nauka predmet zaštite životne sredine potrebno je među građanima razvijati svest o njenom značaju i čuvanju. Kao što pokazuju naučni rezultati kao i u praktičnom životu vidljive su posledice neracionalnog korišćenja prirodnih resursa, o kojima je već bilo reči predstavljaju posledice među kojima zagrevanje naše planete, promena klime, porast prirodnih katastrofa, epidemije i sl.

U Nemačkoj je već odavno preduzeto niz zakonskih mera radi zaštite prirode. U okviru Nemačkog školskog sistema ugrađeni su delovi predmeta iz ekologije a višim razredima i poseban predmet ekologija. Obrazovno vaspitni značaj i praktične primene vezane za čuvanje i zaštitu životne sredine može se videti u svim segmentima društvenog života. Pored školskih programa posebna je obrađena navedena oblast na višim i visokim školama koji školuju profesionalne kadrove potrebni za zaštitu prirodne sredine.

Proces obrazovanja iz ekologije počinje još u predškolskom uzrastu i prati kroz čitavo školovanje. Pored teorijskih postoje i mnogi praktični primeri koji se svakodnevno primenjuju: higijena školskog i vanškolskog prostora, određivanje mesta za bacanje otpadaka sa kantama koje upućuju na selekciju i vrstu otpadaka.

Kompletan školski prostor kao i izgled pedagoga i učenika u funkciji je razvijanja kulture zaštite životne sredine. Mnoge inicijative roditelja, nastavnika i učenika u okviru realizacije obrazovnog programa zajednički nastupaju. Ekološka kultura kao deo opšte kulture prisutna je u svim segmentima društvenog života.

2.1. Obrazovanje, školovanje i dalje usavršavanje kadrova u turizmu

Turistička privreda pokazuje rast iz godine u godinu u čitavom svetu. Za poslednjih 20 godina nije se samo vodilo računa o školovanju turističkih kadrova, već i o njihovom daljem obrazovanju i usavršavanju. Klasično obrazovanje bilo je namenjeno za rad u putničkim biroima i turističkih agencijama, u transportnim preduzećima, turističkim mestima, kao i rad u kulturi i komercijalnom sektoru, kao i u oblasti kulturnog turizma.

Sa tehničkim inovacijama, uvođenjem elektronskih medija i interneta postalo je potrebno da se turistički kadrovi stalno usavršavaju i to ne samo u određenim stručnim školama u oblasti turizma i ugostiteljstva, već i putem pohađanja raznih seminara i kurseva. Ove inovacije u školovanju i usavršavanju turističkih kadrova vrše se još u srednjim stručnim školama, a zatim na višim i visokim školama kao deo permanentnog praćenja inovacija u turizmu. Godišnje razne škole iz oblasti turizma i ugostiteljstva završi oko 40.000 osoba i 400 apsolvenata na univerzitetima Nemačke. Klasično školovanje za rad u raznim preduzećima koja se bave turizmom, uključuje izučavanje hotelijerstva i gastronomije, zatim poznavanja poslovanja turističkih i putničkih agencija, kao i znanja potrebna za stručni rad u banjama. Po ovom sistemu školuju se i kadrovi za turističke vodiče, informatore i savetnike u sportu, kulturi i zdravstvenom turizmu. Turistički kadrovi školuju se i za upravne poslove, vođenje finansijskih poslova, statistike, reklame, i rad sa medijima, a stiču znanja i o novim informacionim tehnologijama.

2.2. Dalje obrazovanje i usavršavanje

Pored državnih škola, postoje i privatne srednje i više škole sa relativno širokom lepezom kvalifikacija koje se mogu steći; one svojim učenicima daju diplome koje država priznaje isto kao i one koje su izdale državne škole. Ove škole školuju kadrove koji su striktno opredeljeni za rad u turizmu i ugostiteljstvu. Navešćemo neka od zanimanja:

- ekonomski asistent sa težištem na znanju stranih jezika potrebnih u turizmu;
- turistički asistent;
- informativni turistički asistent;
- turistički asistent – menadžer;
- internacionalni menadžer – asistent;
- turistički specijalista;
- asistent za turistički saobraćaj (drumski, železnički i avio saobraćaj).

Suštinska razlika kod ovog tipa školovanja je što se za upis u ove škole potrebno je imati prethodno završenu opštu srednju školu ili stručnu školu iz oblasti turizma i trgovine. Ovaj tip školovanja traje tri godine. Drugi način obrazovanja turističkih radnika odnosi se na one osobe koje dugi niz godina rade u turizmu i ugostiteljskim preduzećima i žele da steknu stručnu diplomu. Takav vid obrazovanja uz rad, koji uglavnom traje između 16 i 24 meseca završava se dobijanjem diplome internog karaktera.

Pored navedenih oblika obrazovanja, postoji i jedan vid daljeg usavršavanja radnika za turističku branšu – za kongresni turizam, turističke referente i ostale turističke radnike.

2.3 Studiranje na višim i visokim školama (fakultetima)

U Nemačkoj danas postoji četiri puta za sticanje akademskih zvanja. Ekonomske akademije (Berufs- und Wirtschaftsakademien) – Podrazumevaju dualni sistem studiranja, a to znači da svaki student ima radni ugovor sa nekom turističkom organizacijom. Studiranje traje tri godine sa 2-3 meseca prakse u turističkoj organizaciji. Prednosti ovakvog studiranja su u tome što je teorija povezana sa praksom. Druga prednost sastoji se u tome što studenti nakon završetka i diplomiranja imaju radno mesto. Ovi kadrovi su osposobljeni da rade na poslovima turističkog menadžmenta.

Više ekonomske škole sa naglaskom na ekonomiji (Fachhochschuleausbildung mit Schwerpunkt Betriebswirtschaft) – Studije turizma na višim školama najčešće su u ponudi za studiranje. Na ovim studijama za turističke kadrove, ekonomija turizma je u centru pažnje. Praksa, koja se održava tokom studija, ima važnu ulogu. Studije traju 8 semestara, a od toga dva semestra je obavezna praksa. Učenje i polaganje stranih jezika je obavezno.

2.4. Studije turizma na univerzitetima (Univerzitätsausbildung)

Na univerzitetima se studira: turizam, pedagogika slobodnog vremena u okviru ekonomije, geografije, pedagogije, kulture i nauke o ekologiji. Studiranje ima više teorijsko-naučni karakter. Praksa ili studijski projekti su u sadržaju studiranja. U principu, studira se jedna od turističkih oblasti (specijalizira se). Studije posle osnovnih studija, mogu se specijalizirati za turistički menadžment, turističku privredu, turističku geografiju, kulturni turizam ili za turističku pedagogiju.

2.5. Specijalističke, magistarske studije i doktorati

Dalje studiranje i usavršavanje na studijama iz oblasti turizma vrši se u Berlinu i Heilbronu. Nastava na studijama može se pratiti preko modernih sredstava komunikacije, tzv. studiranje na daljinu (Fernuniverzität – Hagen). Pored teorije, izučavaju se i karakteristike turističkih regija. Studije u Hagenu stavljaju naglasak na kulturni turizam, a univerzitet u Heilbronu stavlja naglasak na interne aspekte turizma i izučavanje stranih jezika.

Upoređujući studije iz turizma u Srbiji i Crnoj Gori i u Nemačkoj u teorijskom smislu, kod osnovnih studija nema bitne razlike. Postoje razlike u praktičnom rešavanju problema iz oblasti fakultetske nastave (praksa, seminari).

2.6. Neka Nemačka iskustva koja bi mogla da se primene na našu zemlju

Tema, ekologija i mere za zaštitu prirodne sredine je još dosta davno poznato kao problem u našim naučnim i stručnim krugovima. Pored teorijskog potrebno je primeniti i mnoge praktične korake kako u toku školskog obrazovanja tako i posle njega. Jedan od prvih i najvažnijih koraka je uvođenje predmet ekologija u sve nastavne planove i programe počev od osnovne škole. Predmet ekologija može biti izučavan i u okviru drugih naučnih disciplina (na primer geografije i biologije). Pored teorijskog dela potrebno je i određenim aktivnostima praktične prirode u okviru škole organizovati razne akcije na primer: uređenje školskih i van školskih prostorija, sadnja drveća i cveća, higijenska kontrola i dr. praktične aktivnosti. Sve ove praktične mere potrebno je uključiti nastavni program.

Predmet iz ekologije trebali bi se ocenjivati iz dva dela teorijskog i praktičnog dela. Na taj način bi vaspitna i obrazovna funkcija imala konstantan obrazovni karakter. Ocenjivanje i napredovanja nastavnika pored ostalih kriterijuma bila bi uključena i ova aktivnost kao i konkretni rezultati u toku školske godine.

Mnoge školske priredbe u Nemačkoj su organizovane radi skupljanja materijalnih – novčanih sredstava za popravljanje ekološke situacije.

Trebalo bi razmisliti uvođenja i raznih “ekoloških olimpijada”, koje bi škole kroz sistem takmičenja uz medijsku podršku proglašavalo najuspešnije u toj oblasti.

Čitav niz akcija u cilju uređenja životnog prostora mogla bi se proširiti na celokupno stanovništvo (klubovi prnzionera, ferijalni savezi, razni klubovi i td.).

Potrebno je razmisliti i o organizovanju raznih kulturnih radnika(pevača, slikara i dr.) u kojem bi jedan godišnji koncert bio namenjen kao neka vrsta ekološke pomoći postoji čitav niz drugih aktivnosti koji sa malo više smelosti, mogli bi da reše mnoge probleme u životnoj sredini a da na iziskuju velika novčana sredstva.

Podrška društva i Ministarstava koja se bave navedenim problemima potrebno je da stalno aktivno budu prisutni i u kontroli ekološke situacije u našoj zemlji.

Uvođenje “ekoloških zakona” i “ekološke policije “bio bi jedan od konkretnih rešenja u tom smislu. Finansiska sredstva koja bi se dobila kroz sankcije i kazne zagađivača prirode ulazio bi u takozvani “ekološki fond” sa ciljem daljeg poboljšanja životne sredine.

Zaštita životne sredine prestavlja izuzetnu važnost za razvoj turizma. Ta važnost mogla bi se u kratkim crtama istaći:

- Važnost zaštite životne sredine i čuvanja zdravlja ljudi.
- Važnost zaštite životne sredine za celokupnu turističku privredu.
- Važnost čuvanja prirodne sredine kao jedan od uslova našeg priključenja EU i harmonizaciji propisa sa njom.
- Važnost zaštite životne sredine kao deo globalnog čuvanja prirodnih resursa na našoj planeti.

– Zaštita i čuvanje prirode je najvažniji “kapital” za turističku privredu.

Treba posebno istaći i čuvanje zaštićenih delova prirode koji imaju širi društveni i naučni značaj.

3 Turizam i turistička povezanost SR Nemačke i Srbije i Crne Gore

Razvoj turizma u svetu i u Nemačkoj pokazuje da turistička kretanja iz godine u godinu doživljavaju konstantan rast. Nemačka kao veoma značajno emisivno područje i u prethodnoj Jugoslaviji igrala je veliku ulogu u turističkog privredi. Nakon raspada Jugoslavije i građanskih ratova, područje Srbije i Crne Gore ostalo je dugo godina izolovano ekonomski i politički, a posebno kad su u pitanju turistička kretanja inostranih turista prema našoj zemlji.

Nerešeni teritorijalni problemi, dugotrajna ekonomska iscrpljenost, usporili su razvoj turističke infrastrukture u Srbiji i Crnoj Gori. Sa oživljavanjem privrede i sređivanjem političke situacije naša zemlja ima u turističkoj privredi određene prednosti. Potencijalne prednosti mogu se identifikovati u sledećim vrstama turističkih kretanja:

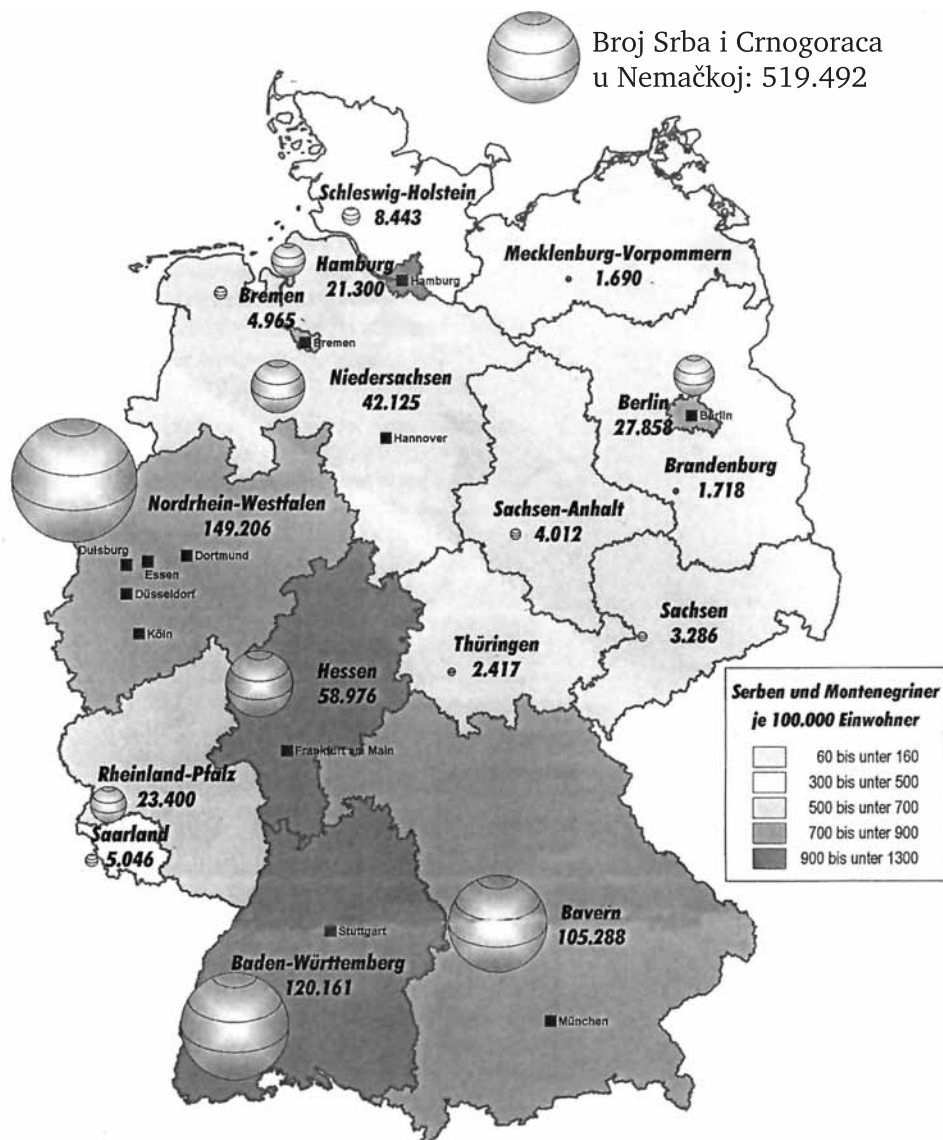
- tranzitni turizam,
- planinski turizam (letnji i zimski),
- primorski turizam (Crnogorsko primorje),
- kulturni turizam (gradski turizam – Beograd-Novii Sad, valorizacija spomeničke kulture).
- razvoj banjskog turizma – aktiviranje termomineralnih izvora i klimatskih lečilišta (Vrnjačka Banja, Koviljača, Soko -Banja, Zlatibor i druge banje).

Pored navedenih Beograd ima perspektive za razvoj kongresnog turizma s obzirom na njegov geografsko-turistički položaj.

Prilikom gradnje novih turističkih objekata i infrastrukture, trebalo bi voditi računa o savremenim oblicima turističkih kretanja u svetu. U ovom radu navedeni su razne vrste turizma i novih turističkih sadržaja koji dobijaju sve veću važnost u turističkoj ponudi. Tu treba naročito istaći nove vrste turističkih usluga vezanih za “estetski” turizam. Hoteli treba da prate zahteve kako mlade tako i starije turističke populacije.

3.1. Iseljenički turizam (“Dijaspora” ili “Gastarbaiterski turizam”)

Naši iseljenici koji prema nepotpunim podacima ima između 2,5 i 4 miliona, nastanjenih gotovo na svim kontinentima, predstavljaju veoma značajan demografski segment za poručavanje sa aspekata: prava, ekonomije, sociologije, psihologije, turizma i turističke rekreacije.



GRAD	BROJ STANOVNIKA	% SVIH STRANACA
Berlin	28.858	6,3
Minhen	25.164	8,7
Hamburg	21.300	8,0
Frankfurt/M	14.281	8,3
Štuttgart	12.949	9,7
Keln	9.198	5,1
Dizeldorf	6.713	6,4
Hanover	5.241	6,7
Duizburg	4.470	5,8
Bremen	4.164	6,1
Dortmund	4.143	5,2
Esen	3.891	6,9

Broj Srba i Crnogoraca u SR Nemačkoj

Nepreciznost podataka kako po broju, dužini i odsutnosti od matične zemlje, polnoj, starosnoj strukturi, obrazovnom i ekonomskom položaju, predstavljaju teškoću za izvođenje relevantnih zaključaka. I pored toga tema iseljeničtva predstavlja izazov za mnoga naučna i empirijska proučavanja.

U nedostatku kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja potrebno je inicirati značaj daljeg proučavanja iseljeničkog problema građana našeg porekla.

U ovom radu za ovu kategoriju naših građana koristi se pojam "Dijaspora" ili dosta uobičajen, neprecizan i dovoljno grub pojam "Gastarbajteri".

Pojam Gastarbajter je izveden iz nemačkih reči "Gast", "Arbeiter", spajanjem ove dve reči, dobija se nova reč, novi pojam "Gastarbeiter". U nedostatku preciznijeg pojma za ovaj vid populacije u ovom radu korišćiće se pojam "Dijaspora".

S obzirom na predmet istraživanja u ovom radu centralno pitanje biće mogućnosti, istraživanja i aktiviranja ovog demografskog segmenta u turistička kretanja i rekreaciju u našoj zemlji.

Treba pretpostaviti na osnovu broja naših iseljenika da veliki broj održava kontakte sa zemljom maticom (posete rođecima, prijateljima, kroz razne poslovne i druge aktivnosti) predstavljaju značajan turistički potencijal za našu zemlju.

Motivi posete u zemlji porekla su često različiti. Posete porodici ili svom "primarnom" "mestu boravka mogu se koristiti i u turističke posete našim planinskim, banjskim i primorskim turističkim centrima i odmaralištima.

Složeni motivi kod naših građana odnosno građana našeg porekla, mogu biti i u kombinaciji sa turističkim putovanjima ili kao jedan motiv, turistički motiv.

Emocionalne, jezičke, socijalne, ekonomske, kulturne, veze i sličnosti sa zemljom porekla predstavljaju pozitivne faktore za turističku posetu u našoj zemlji.

Dijaspora je pored ostalog važan politički, ekonomski, kulturni, naučni i ljudski potencijal za Srbiju i Cmu Goru.

Rešavanje problema između matične zemlje i "Dijaspora" predstavlja jedan od prioritarnih zadataka za Srbiju i Cmu Goru.

Turistička putovanja, poseta naših građana iz inostranstva mogu se kombinovati kroz razne turističko rekreativne i kulturne sadržaje. Neke od njih su poseta banjskim i ostalim turističkim centrima. Deci naših iseljenika pored klasičnih turističkih sadržaja mogu se uvoditi i drugi kulturno-informativni i obrazovni sadržaji u cilju vezivanja i razumevanja zemlje porekla.

Ovaj značajan populacioni segment može da bude i veza između Nemačke i Srbije i Crne Gore u unapređenju i razvoju turizma u celini.

Ovoj grupaciji "gastabajtera" trebalo bi posvetiti posebnu pažnju i prilikom investicionih ulaganja u turističku privredu u našoj zemlji.

4. Globalizacija i njene posledice za razvoj turizma

4.1 Uzrok i posledice Globalizacije

Posmatrano iz ugla ekonomije "Globalizacija" predstavlja širenje privrednih aktivnosti i proizvodnje, potrošnje kao i trgovine i uslužnih delatnosti. Globalizacija obuhvata i preuzimanje tehnoloških i informativnih sistema na svetskom nivou. Globalizacija omogućava turizmu proširivanje i otvaranje novih destinacija na svetskom nivou.

Tendencija globalizacije znatno je izmenio tradicionalne evropske turističke regije. Tendencije globalizacije u turističkoj privredi pružaju nove šanse na internacionalnim tržištima. Uzroci globalizacije su višestruki neki od njih su:

- Uvođenje i povezivanje elektronskih informacionih sistema u jedinstveni sistem u turizmu (sistem rezervacija). Globalno povezivanje vazdušnih linija, hotelskih lanaca i putničkih agencija na internacionalnom – globalnom nivou. Uvođenje modernih informacionih i komunikacionih tehnologija i njihovo vertikalno i horizontalno povezivanje to je posebno korisno za menadžment sisteme i određivanje turističkih destinacija na globalnom nivou. Kompanije na globalnom nivou omogućavaju povećanje kvaliteta i produktivnosti u turističkoj privredi.
- Smanjenje avionskih troškova, omogućava otvaranje novih destinacija sa relativno niskim cenama što omogućava razvoj masovnog turizma.
- Deregulacija Američkog vazdušnog saobraćaja osamdesetih godina sa niskim cenama omogućilo je međunarodna jeftina turistička putovanja.
- Globalizacija otvara nove destinacije
- Uvođenje međunarodnih standarda u hotelijerstvu, saobraćaju i u ostalim sektorima turističke privrede,
- Olakšano plaćanje (nakon uvođenja evra), racionalno korišćenje slobodnog vremena za vreme turističkih kretanja kao posledica poboljšanja brzine i tačnosti saobraćaja.
- Poboljšanje usluga prilikom prevoza
- Poboljšanje medicinskih usluga
- Liberalizacija i harmonizacija turističkog prava
- Povećanje prihoda i životnog standarda
- Poboljšanje zdravstvenog stanja stanovništva a posebno starijih ljudi
- Novi motivi (nove želje turista)
- Promena životnog stila i vrednosti
- Povećanje turističke kulture

Poslednjih dvadeset godina industrijske zemlje imale su prosečan rast od 10% godišnje, to se naročito odnosi na SAD, Japan, Nemačku, Švedsku, Australiju, Dansku, Holandiju, Finsku, Grčku i Kanadu. Sa povećanjem privrednog rasta u industrijskim zemljama došlo je do turističkog rasta u navedenim zemljama. Ogromno povećanje turističkih putovanja uslovalo je paralelno i promenu strukture koja je vodila na globalno povezivanje.

Sve do kraja osamdesetih godina turistička privreda imala je karakteristike “masovnog produkta” i “masovnog konzuma” sa nedovoljnom standardizacijom.

Fenomen masovnog turizma imao je logične posledice na socijalne, ekonomske, političke i tehnološke promene u društvu.

Glavni turistički motivi za oporavak (odmor) bili su sunce, mir, priroda, kontrast, kontakt, komfor, zadovoljstvo, sloboda i aktivnost.

Devedesitih godina prošlog veka dolazi do delimične promene želja i očekivanja koji su imali turisti karakteristične složene motive (multi– motive), sa povećanim fleksibilitetom, naročito sa uvođenjem novih informacionih tehnologija (Intrenet).

4.2. Perspektive razvoja internacionalnog turizma

Perspektive razvoja turizma do 2010. godine prema modelu (modell - wttou 98 i OECD – National Accounts) prognoziraju nominalni rast za 81%.

Za realizaciju navedene prognoze predviđa se da će se privredna ekspanzija u SAD i zemljama EU povećavati godišnje za 2,5%.

U ovu prognozu uključene su i novopriljene zemlje Istočne Evrope i Slovenije u Evropsku uniju.

Budući trend razvoja turizma

Dalji privredni i društveni razvoj uticaće i na povećanje potrošnje roba široke potrošnje. Uvođenje novih tehnologija biće osnov masovnih turističkim putovanjima, kao i uvođenje novih formi rada “tele – working”.

Doći će do povećanja kvaliteta roba i usluga i opadanje cene troškova. Sa ekonomskim i društvenim primenama doći će do porasta vremenski kraćih turističkih putovanja, sa većom aktivnošću i pokretljivošću. Povećanje dnevnih vazdušnih putovanja koja po sadašnjoj definiciji neće biti turistička putovanja, nego izletnička putovanja.

Ova vrsta kratkih turističkih putovanja zahtevaće visok kvalitet usluga. Postmoderna potrošnja, slobodno vreme i turistička tržišta biće glavna karakteristika života ljudi u Nemačkoj. Turističko tržište će promeniti svoju organizacionu strukturu i doći će do većeg horizontalnog, vertikalnog i dijagonalnog povezivanja.” Post-moderne” potrošači biće nezavisni i fleksibilni.

4.3 Deregulacija i liberalizacija

Pojam globalizacija prvi put se pojavila u svetskoj privredi sredinom osamdesetih godina i označavala je tržište bez nacionalnih granica. Reč globalizacija kao pojam ušla je u politički, socijalni, ekološki i ekonomski rečnik.

Globalizacija znači povećanja značaja Svetskog tržišta i proizvodnja robe i usluga nezavisno od nacionalnih granica čiji razvoj utiče na liberalizaciju privre-

de kroz internacionalnu strategiju kao na primer koperaciju, saveze, preuzimanja i razmena tehnologija i znanja (Know-how- Transfer Smeral, 1996).

Globalizacija polazi od sledećih teza:

- "Konvergens – teza" potrošnja i investiciona dobra sastojće se od dalje homogenizacije.
- "Standardizacija – teza" polazi od homogenizacije kompanija njihovih koncepata i menadžmenta kroz standardizaciju.
- "Centralizacija – teza" sastoji se od tendencije za standardizaciju odlučivanje.
- "Cene – teza" kroz razvoj i smanjenje troškova doći će do pada cena (Meffert, 1986).

Globalizacija će zahtevati uvođenje novih standarda u informacionim sistemima.

U budućnosti novi tehnološki razvoj i kvalitetne informacije biće osnov novih saznanja. Tehnološki razvoj doprineće i turističkom razvoju u delu usluga vezano za mesta logistiku i marketing (Normann 1996.; Maharu 1993).

Uvođenje informativnih i novih tehnologija naći će svoje mesto u turizmu kroz pružanje informacija, rezervacija i plaćanja.

4.1. Nova tržišta i međunarodne organizacije

Sa globalizacijom internacionalnog turizma doći će do razvoja novih turističkih zemalja među njima su zemlje Istočne Evrope, Latinske Amerike i Jugoslovske Azije. Deregulacija i liberalizacija obuhvatiće velika turistička tržišta. Sa globalizacijom u budućnosti pojaviće se "novi" tip turista. Buduća demografska tendencija u industriskim zemljama biće smanjenje nataliteta i produženja životnog veka. Seniori će igrati značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj populaciji. Novi turisti otvaraće i nova turistička tržišta i povoljniji prevoz. Kod mladih pojaviće se specijalni interesi za kulturna putovanja i WELLNESS.

Doći će do promena životaih stilova usled povećanja primanja, kraćih turističkih putovanja, povećanja svesti o zdravlju.

Evropska unija

U okviru Evropske Unije, SR Nemačka kao njen član potpisala je ugovor u Amsterdamu u vezi razvoja turizma i turističke politike na nivou Zajednice uvođenje jedinstvenog novca EURO. Turistička ponuda među članicama Evropske Unije postala transparentnija i omagućila je turistima jedonostavnije putovanje.

Saopštenje komisije od 28.04.1999. godine definisala je nova pravila u okviru Evropske turističke politike. Evropska komisija donela je niz propisa koji se odnose na učešće turizma u privrednom životu kao i poboljšanju obrazovnog nivoa i povećanju kvaliteta prirodne sredine. Prestavljeni su novi turistički projekti u okviru članica Evropske unije.

Evropska unija je donela dva programa za pomoć i reforme "PHARE" koji se odnosi na Srednje i Istočne Evropske države kao nove članice zajednice. Programi obuhvataju regionalni razvitak sa naglašenim ciljevima, poboljšanje životne sredine i saobraćaja. Na ovim projektima učestvovala su predstavnicima Poljske i Češke Republike. Zajednička saradnja se odnosila oko rešavanja ekoloških problema Baltičkog mora, otvaranja graničnih prelaza za bicikliste i pesake.

Poslednjih desetak godina globalizacija u turizmu zauzela je značajno mesto u ukupnom razvoju u svetu. Turistička destinacija u globalnim razmerama Evropa se nalazi na prvom mestu sa skoro 50% sa svih turističkih putovanja u svetu. Promene u privrednom, tehnološkom i političkom životu ostavili su značajan trag i na turističku privredu.

U okviru ujedinjene Evrope došlo je do stvaranja jedinstvenog novčanog sistema. Evropska Unija sa daljim proširenjem prema istoku dobila je još važniji značaj u globalnim razmerama. Na nivou EU uvedene su nove ekonomske mere radi stimulisanja proizvodnje i razvoja turističke privrede. Studije koje proučavaju slobodno vreme i novu informacionu tehnologiju predstavljaju osnov za stvaranje svetskog slobodnog turističkog tržišta.

Zbog porasta broja ljudi koji su stariji od 60 godina, turističko-rekreativna potražnja više će se kretati prema zdravstvenom i kulturnom turizmu. Očuvana priroda i bogati turistički sadržaji biće najvažniji motivi za ovu kategoriju turista. Važne turističke destinacije nalaziće se u evropskim zemljama, među njima najviše u članicama Evropske unije; najpre, zbog otvorenih granica, veće sigurnosti, udobnijeg putovanja, bolje medicinske zaštite i velikog broja "wellnes-programa". Navedeni faktori igraće značajnu ulogu u budućem razvoju evropskog i nemačkog turizma.

Svetska turistička organizacija (WTO)

Nemačka je od 1976. godine punopravni član Svetske turističke organizacije koja se uključila u pomoć za razvoj turizma i privredni razvoj, na internacionalnom nivou, razumevanju, miru, respektu, i za poštovanje ljudskih prava. Broj članova Svetske turističke organizacije broji 131 državu

Glavni zadaci Svetske turističke organizacije su:

- zajednički razvoj i jačanje nacionalnih turističkih asocijacija.
- obrazovanje i usavršavanje.
- životna sredina, planiranje i investicija.
- statistika, ekonomska analiza, istraživanje tržišta i kvalitet turističkog razvoja.

Godine 1999. Svetska turistička organizacija donela je "Globalni etički kodeks u turizmu" a 27.09.2000. godine Nemačka je u okviru dana Svetskog turizma istakla jedan od zadataka pod nazivom "Tehnologija i priroda".

Organizacija za ekonomski razvoj i saradnju (OECD)

Ova organizacija takođe se bavi problemom turizma, prati redovno statističke podatke i vrši analizu razvoja turizma u okviru ove asocijacije.

Članovi OECD-a istakli su svoje najvažnije turističke prioritete iz oblasti turizma:

- obrađivanje i usaglašavanje turističke politike članica asocijacije
- liberalizacija;
- dijalog između članova asocijacije i ostalih turističkih zemalja.

Svetska trgovinska organizacija (GATS 2000)

Ova asocijacija se takođe uključila u razvoj turizma svetu.

Turistička putovanja 2020. godine – kosmička putovanja (vasionska putovanja)

Turistička putovanja u budućnosti dobiće nove oblike i forme. Godine 1.12.2001. (die Firma Zegram Space Voyages aus Seattle, "All-inclusive" inkludiert (Zegram, 1998), planirala je turistički izlet u kosmos na visini od 100 km iznad Zemlje. Cena putovanja iznosila je 98000 \$ sa sedmodnevnim programom, uključujući i lansiranje i povratak na Zemlju, smeštaj i ishranu, priprema sa kompletnim programom "All-inclusive" – program inkludiert (Zegram, 1998).

Ovo je bio početak razvoja kosmičkog ili vasijskog turizma. Sa tehničkim i tehnološkim razvojem ovaj vid turizma ima perspektivu daljeg razvoja.

4.2. Tehnički i tehnološki napredak

Turistička politika će se koncentrisati na obrazovanju, inovaciji i istraživanju. Kao i u uvođenju novih sadržaja i atrakcija u turističkim destinacijama. Globalno tržište uticaće na još značajniji razvoj turističkog marketinga.

Takođe denaće se mnogi propisi iz oblasti poreza, propisi iz oblasti rada, smanjenje birokratije, povećanje mogućnosti oporavka (intenzitet oporavka).

Faktori rasta internacionalnog turizma

Prema prognozi Svetske turističke organizacije (WTO) u 2020. godini u svetu će biti 1,6 milijardi turista što će dovesti do povećanje tri puta u odnosu na 1996. godinu kada je bilo registrovano 525 miliona turista.

Cyber - space turizam

Putovanje kroz virtuelni prostor, prema prognozi eksperata, naneće određenu štetu dalekim putovanjima u zemlje Azije, Australije, Amerike i Afrike. Ova virtuelna putovanja biće jednostavna i za mnoge to će predstavljati zamenu za stvarna putovanja. Ova vrsta "putovanja" imaće kulturno-obrazovnu funkciju, ali neće u potpunosti moći da zamene stvarna turistička putovanja.

Tendencija porasta domaćeg turizma i putovanja u inostranstvo od strane nemačke populacije - nastaviće se, ali uz promenu dužine boravka i broja putovanja.

Veštačka destinacija postaće važan faktor turističke ponude

U 21. veku turisti će sve manje tražiti društvenu stvarnost već će zahvaljujući razvoju Interneta “virtual realiti (VR)-Technik” tražiti više “veštačku stvarnost”, “virtualnu– stvarnost”. Kopiranjem realnosti i unošenje sopstvene fantazije stvaraće se posebne “virtuelne zone” odmora i doživljaja. “Virtualna putovanja” snažno će rasti i predstavljace jedan od vodećih tržišnih faktora.

Prednosti virtualnog putovanja za turiste:

- Virtuelna destinacija biće za svakog posetioca optimalno predstavljena.
- Imaće svoju nezavisnost.
- Očekivanja posetilaca biće uvek ispunjena.
- Virtuelni posetilac je jeftin i ugodan.
- Vreme i prostor u virtuelnoj realnosti neće imati nikakvu ulogu.
- Ova veštačka putovanja (virtuelna putovanja) će negativno delovati na turizam.

Negativne posledice virtuelne (veštačke realnosti)

- veštačka realnost, veštačka stvarnost i osećanja ne mogu se u prirodi realizovati.
- virtualna realnost ostaviće negativne, socijalne i kulturne efekte na putovanja.
- u virtuelnom svetu nema mogućnosti za spontanu interakciju.

Elektronsko turističko tržište (E-commerce)

Danas, sa razvojem novih informacionih tehnologija stvara se jedna nova grana korisničkog tržišta. Prva elektronska rezervacija u turizmu uvedena je 60-ih godina prošlog veka za rezervisanje avio-karata na aerodromima. Od tada do danas nastala je jedna nova – “Internet revolucija”. Elektronski mediji su danas dobili značajnu ulogu u turističkom marketingu (Computer-Reservierungssysteme – CRS). Razvoj elektronskog turizma tekao je u nekoliko faza: Internet, web-sites, home-pages, online-shopping, call-center, electronic-ticketing, electronic-marketing, da bi na kraju došao do faze da ga možemo nazvati “elektronska trgovina” (E-commerce).

Elektronska trgovina posebno je doživela ogroman rast u Nemačkoj sa razvojem Internet-sistema. Danas preko Interneta postoji globalna povezanost preko World-Wide-Web (www), ili preko elektronske pošte (e-mail), i može se kupovati i prodavati (electronic-shopping). Prednosti kupovine preko Interneta u tome je što se mogu upotrebiti verbalne komunikacije, kao i druga grafička i vizuelna sredstva.

Prednosti kupoprodaje preko interneta u međunarodnoj trgovini su:

- 1) multimedijalnost – pored teksta, može se prikazati i slika;
- 2) interaktivitet – moguć je dijalog između zainteresovanih strana;
- 3) permanentnost – komunikacija između zainteresovanih je moguća preko celog dana, tj. 24 časa;
- 4) rezervacija i kupovina u turizmu moguća je i bez direktnog kontakta.

Sa razvojem internet-prodaje i kupovine turističkih aranžmana, potrebno je da pravo iz oblasti turizma reguliše, odnosno uvede nove zakonske propise koji bi ovu vrstu prometa zaštitio od “kompjuterskog kriminala”. Ovo pitanje postaje veoma važno zbog naglog razvoja elektronske trgovine. Internet i elektronska trgovina pružaju velike mogućnosti za dalji razvoj turizma u svetu. Prema prognozi stručnjaka već u 2010. godini elektronsko tržište učestvovalaće u ukupnom tržištu sa oko 20 %.

Tabela – Korisnici Intrneta

Internet (korisnici prema podacima – nach International Telecommunication Union)			
Zemlja	Broj u milionima korisnika		Na svakih 10.000 stanovnika
	2003*	1999*	2003*
USA	155,00	60,000	5375
Kina	59,100	2,100	460
Japan	57,200	16,940	4493
Nemačka	35,000	8,100	4237
Republika Korea	26,270	3,103	5519
Velika Britanija	24,000	8,000	4062
Francuska	18,716	3,700	3138
Italija	17,000	2,600	3011
Kanada	15,200	7,500	4839
Brazil	14,300	2,500	822
Republika Kina	8,590	3,011	3825
Holandija	8,590	1,600	5304
Australija	8,400	3,000	4272
Španija	7,856	1,733	1931
Rusija	6,000	1,200	409
Švajcarska	2,375	1,200	3262
Austrija	3,340	0,710	4094

Izvor: Zahlen-Daten-Fakten, 2005, Frankfurt/Main

Sa daljim usavršavanjem elektronskih tehnologija (interneta) pojaviće se i novi način komuniciranja turista sa medicinskim centrima radi lečenja, ili dobijanja medicinskih saveta prilikom turističkih poseta udaljenim mestima u svetu. Razvoj takozvane “virtuelne medicine” je novo ime koje je nastalo sa razvojem novih informacionih tehnologija. Sa razvojem interneta razvije se i mnoge nove delatnosti, naročito obrazovanje i školovanje na daljinu (tzv. internet-univerziteti). Vreme primene novih informacionih tehnologija u turizmu je došlo i one sve više ulaze u svakodnevni život. Internet turizam – putovanje kroz virtuelnu stvarnost postaće i jedno specifično, netipično turističko kretanje.

5. Neki od problema koji negativno utiču na razvoj turizma

5.1. Terorizam

Terorizam predstavlja jedan od najvećih političkih problema savremenog sveta. Terorizam je pojava koja ima dugu tradiciju kao jedna od negativnih metoda za rešavanje međudržavnih odnosa. Motivi terorizma mogu biti različiti. Najčešće su ideološki obojeni sa religijskim primesama. Teroristički motivi osim ideološki mogu biti motivisani političkim, ekonomskim i socijalnim razlozima.

Ne upuštajući se u genezu i motive terorističkih akcija, terorizam u naše vreme predstavlja jedan od velikih problema. Posle terorističke akcije 11.09.2001. godine koja je izvedena u SAD, terorizam je postao svakodnevno prisutna tema kako u politici, ekonomiji tako i u medijima.

Terorizam kao međunarodni problem javlja se i u ekonomiji, i svojim direktnim i indirektnim posledicama utiče pored ostalog i na turistička kretanja.

Najbolji primer za to videlo se odmah nakon izvedenih terorističkih akcija u SAD. Veliki broj avionskih letova i turističkih aranžmana bili su stornirani usled straha i određene nesigurnosti.

Statistički podaci za 2001. godinu u Nemačkoj to i pokazuju. Slična se situacija registrovala i na globalnom nivou.

Postoje razne vrste terorističkih akcija. S obzirom na temu rada u kojem se obrađivao turizam i rekreacija, treba naglasiti i velike opasnosti od takozvanog “ekološkog terorizma”. Svesno zagađivanje zemljišta, vode i vazduha u turističkim destinacijama mogu potencijalno izazvati ogromne štete na turističku privredu za dugi niz godina.

Terorizam zbog toga kao potencijalna opasnost za sve zemlje sveta predstavlja “globalni” problem.

Međunarodna saradnja u cilju preventivne zaštite predstavlja jedan od osnovnih uslova za dalju ekspanziju turizma i turističke rekreacije. Srbija i Crna Gora zbog svog geografskog položaja i nerešenih političkih i državnih problema predstavljaju potencijalnu opasnost od terorizma. To ukazuje na potrebu sinhronizovane i organizovane borbe protiv terorizma zajedno se ostalim evropskim državama.

Pored ostalih aktivnosti na oživljavanju i modernizaciji turističke privrede i rekreacije jedan od ozbiljnih zadataka je i borba protiv terorizma.

Terorizam i napad na atomske centrale jedan od ozbiljnih mogućih pretnji na prirodnu i životnu sredinu, sa dugotrajnim posledicama na turizam i na turističku rekreaciju.

5.2. Terorizam i turizam

Vrste terorizma

1. **Ideološki terorizam** = zahtev za promenom (revolucionarnom) političkog, ili socijalnog uređenja, povezan sa ideološkim motivima.
2. **Politički terorizam** = zahtev etničkih ili političkih grupa za dobijanje nezavisnosti, ili za postizanje političke i kulturne nezavisnosti, a deli se na:
 - a) **etno-politički**;
 - b) **nacionalistički terorizam** = protiv državnog uređenja, zakona i protiv društvenih vrednosti.
3. **Terorizam sa učešćem države** – državni terorizam
4. **Verski terorizam** = religiozno motivisani terorizam (hrišćani, islam, verske sekte i dr.).
4. **Posebni – individualni terorizam** = protagonisti su pojedinci sa svojom “misijom” ili “socijalni filozofi” pojedinačno, ili u manjim grupama.

Za razvoj turizma potrebna je otvorenost granica. U 2001. godini 62 miliona Nemaca koristilo je godišnji odmor, a 2010. očekuje se da taj broj bude povećan na 80 miliona. U svetu je 700 miliona ljudi prelazilo državne granice, a 2,3 miliona turista je odmor provodilo u svojoj zemlji. Porast mobilnosti ljudi, uključujući i turistička kretanja, pored pozitivnih efekata doneo je i drugu vrstu problema koji je u vezi sa sigurnošću građana i turista. Terorizam kao pretnja miru u svetu dobio je nove dimenzije posle napada na Svetski trgovački centar u Njujorku i na Pentagon u Vašingtonu 11. septembra 1991. godine.

Ovaj napad izazvao je čitavu lavinu nesigurnosti u svetu, a posebno je pogodena turistička privredna grana. Teroristička akcija ostavila je velike posledice u privredi, i to ne samo u SAD, već u čitavom svetu. To se najbolje videlo po padu akcija na poznatim svetskim berzama. Psihološki gledano, strah od terorizma osetio se u svim turističkim zemljama sveta.

Povećanje sigurnosti na aerodromima, uvođenje višeg stepena bezbednosti, kao i uvođenje novih i hitnih mera kontrole putnika je, s jedne strane, povećavalo stepen sigurnosti, a sa druge strane otežavalo je promet putnika. Treba istaći da je, pored akcije izvedene 11. septembra u SAD, bilo i drugih terorističkih akcija od strane ETE, IRE, RAFA i dr. terorističkih organizacija. Najveći psihološki efekat izaziva delovanje terorističke organizacije Al-Kaide.

Moderni terorizam razvio je nove forme i novu organizacionu strukturu. Sa razvojem novih sredstava komunikacije terorizam u svetu dobija velike mogućnosti da "reklamira" svoje ideje i akcije kroz korišćenje mas-medija (Interneta). Ono što možemo izvući kao zaključak jeste da terorizam predstavlja veliku pretnju za sve ljude, a posebno svojim negativnim delovanjem utiče negativno na turizam, kako na regionalnom tako i na svetskom nivou.

Naša zemlja, Srbija i Crna Gora, zbog ratnih dešavanja, političke i ekonomske krize, kao i zbog svog geo-političkog položaja, predstavlja rizično područje gde su moguće razne terorističke akcije. U borbi protiv svih oblika terorizma, a posebno svetskog, potrebno je da zajedno učestvuju sve zemlje u svetu. Jedan od problema u vezi sa terorizmom je i taj što postoje velike nejasnoće oko toga šta predstavlja terorizam. Neke zemlje imaju različita gledanja na pojam terorizma, odnosno pod terorizmom se podrazumevaju različite delovanje.

Pored konvencionalnog terorizma postoje i novi oblici terorizma, kao što je kompjuterski terorizam, gde se vrši sabotaža na velikim elektronskim sistemima (ubacivanje elektr. virusa).

Jedna nova vrsta terorizma, koju možemo nazvati ekološki terorizam, danas predstavlja veliku potencijalnu opasnost. Terorizam koji se bavi ubacivanjem raznih infektivnih bolesti na ciljane područja predstavlja posebnu opasnost. Terorizam predstavlja veliku opasnost za razvoj turizma i sigurnost turista. Strah kod ljudi ne može dovesti do psihofizičke relaksacije, već do pojačanja napetosti.

5.3. Prirodne katastrofe

Prirodne katastrofe predstavljaju jedan od negativnih faktora za pojedine države sveta, a može se reći i za svet u celini. Statistički posmatrano od 1960. godine pa do danas broj prirodnih katastrofa je povećan za duplo.

Treba navesti samo one najsvežije kao što su vulkanska aktivnost u Indijskom okeanu koja je izazvala velike talase pod nazivom "Cunami". Ovaj talas napravio je velike štete mnogim zemljama kao na primer: Indoneziji, Tajlandu, Šri Lanki, Indiji itd. Posmatrano samo sa aspekta turističke privrede on je naneo velike štete, naročito Tajlandu, kome će biti potrebno još dosta vremena da osposobi svoju turističku "privredu.

Prošlogodišnje i ovogodišnje poplave u području Meksičkog zaliva naneo je velike štete državama Karibskog područja.

Grad Orleans u SAD bio je potpuno uništen i njegov oporavak je u toku. Mnoge druge prirodne katastrofe kao i navedene, odneli su živote desetina hiljada ljudi. U cilju prevencije od prirodnih katastrofa održana je konferencija u Bonu SR Nemačka, koja je imala međunarodni karakter. Zasedanje je održano od 16-18.10.2003. godine i razmatrane su mere u cilju sprečavanja i smanjenja šteta izazvanim prirodnim katastrofama.

U moguće opasnosti spadaju i opasnost od atomskih reaktora koji mogu usled nestručnog održavanja da izazovu velike štetne posledice. Primer iz Černobila to je jasno pokazao.

Prirodne katastrofe predstavljaju opštu opasnost za turističku privredu kako za emitivna tako za imitivna područja.

U kontekstu od opasnosti od prirodnih katastrofa naša zemlja treba da ima stalnu i kvalitetnu saradnju sa Svetskom organizacijom. Ujedinjenih Nacija – odeljenje za sprečavanje i ublažavanja posledica od eventualnih prirodnih katastrofa.

Prirodne katastrofe su posledica neracionalnog korišćenja i nedovoljne zaštite prirode, odnosno prirodne sredine, kao najvažnijeg životnog resursa a posebno sa aspekta razvoja turizma i turističke rekreacije.

5.4. Ratovi

Ratovi su gotovo stalni pratilac kroz istoriju a predstavljaju latentnu opasnost i danas. Prema izveštaju Ujedinjenih Nacija, danas u svetu postoji preko 53 konfliktna područja. Trenutni i potencijalni ratovi veoma štetno deluju na razvoj celokupnog društva. Postoje otvoreni ratovi, “polu – ratovi”, “prigušeni-ratovi” koji i svojim psihološkim posledicama destimulativno deluju na razvoj turizma.

Najpoučniji primer predstavlja raspad Jugoslavije i ratovi koji su se na njenom prostoru odigrali.

5.5. Bolesti

U ovom odeljku bolest se posmatra kao globalni problem koji nastaje usled širenja raznih zaraznih bolesti, kao na primer: SARS, ptičiji grip, SIDA i dr. Epidemije veoma štetno deluju pored ostalog i na turističku privredu. Strah kod ljudi od bolesti predstavljaju jedan od negativnih faktora za razvoj turizma u nacionalnim i u internacionalnim razmerama.

Svetska zdravstvena organizacija, čiji je član SR Nemačka i Srbija i Crna Gora predstavljaju deo opšteg sistema za prevenciju i suzbijanja bolesti.

Sa razvojem novih telekonunikacionih sredstava – Interneta za turistička putovanja u udaljena mesta sveta predstavljaće uvođenje jedne nove grane “telemedicina”. Prednosti što će između medicinskih centara i turista bolesnika biće omogućena komunikacija, dijagnoza i preporuka o lečenju kao prvoj pomoći. Ovaj vid medicine biće sa povezani sa farmakologijom. Na određenoj udaljenosti biće i značajna pomoć turistima koji se nalaze na velikim udaljenostima od zdravstvenih ustanova.

Kao što je u toku rada naglašeno konstantan porast turističkih kretanja u udaljena mesta sveta pored pozitivnih faktora turističkih kretanja, treba imati i informacije o opasnostima od raznih vrsta “tropskih bolesti”. U ovom radu je i jednom poglavlju prezentirana iskustva nemačkih turista kao i turističkih i medicinskih stručnjaka koji su kroz razne informativne priručnike preventivno ukazi-

vali na opasnosti koje mogu nastati prilikom turističkih putovanja. Turistička putovanja imaju glavni motiv oporavak organizma pa je to cilj putovanja nije u poboljšanju svog zdravstvenog stanja, što je u suprotnosti sa motivima turističkih kretanja.

Turističke organizacije u našoj zemlji potrebno je da uspostave čvršću vezu u cilju informisanja i opasnosti koji potencijalno mogu nastati prilikom putovanja. Nemačka praktična iskustva mogu biti jedan od pozitivnih primera za to.

VI ZAVRŠNE NAPOMENE

1. Stanje i budući razvoj turizma i turističke organizacije u Saveznoj Republici Nemačkoj

Turizam predstavlja jedan značajan turistički potencijal. Tranzitni položaj Nemačke daje realne uslove za takva očekivanja.

Svet bez granica, slobodno kretanje ljudi, ideja, mešanje kulture, integracija u globalne privredne sisteme predstavlja potencijalnu osnovu za razvoj turizma u svetu i u Srbiji i Crnoj Gori.

Stanje i navedeni statistički podaci trenda i prognoza naučnika i stručnjaka predstavljaju, realnu osnovu za takva predviđanja. Iskustva SR Nemačke koja su prezentirana u ovom radu kako u organizaciji tako i u realizaciji rekreativnih aktivnost predstavljaju polaznu osnovu i pouzdan model za planiranje turističke rekreacije u Srbiji i Crnoj Gori.

U ovom radu istaknuta je značajna uloga savremenih medija – Interneta kao “informativne magistrale”, koja omogućuje upoznavanje, proučavanje, brza i kvalitativna razmena informacija. Uloga savremenih medija su implicitno naglašena u navedenom radu kao jedna od revolucionarnih promena u životu ljudi na našoj planeti.

Novi komunikacioni sistemi” skratili” su udaljenost između udaljenih kontinenata i krajeva i pored realnosti dobili smo i jednu novu “virtuelnu realnost”.

Informacije posmatrane sa aspekta turizma i turističke rekreacije predstavljaju novi kvalitet za njen razvoj.

Značaj vrednosti zdravlja za život svakog čoveka je poznata. U ovom radu istaknuti su svi štetni faktori koji utiču na život i zdravlje savremenog čoveka. Promene načina života smanjeno kretanje, nepravilna ishrana, intezivan fizički i psihički rad, degradacija prirodne i životne sredine bio je i predmet razmatranja u ovom radu.

Svi štetni faktori koji deluju kao i novi identifikovani problemi, treba da posluže za dalja istraživanja i primenu u razvoju turizma i turistčke rekreacije kod nas.

Tenedencije i prognoze koji su korišćeni iz radova nemačkih naučnika daju naučne pretpostavke za moguće pravce, oblike i forme daljeg razvoja turističke rekreacije.

Ukazivanje na prognoze i tendencije iz naučne i stručne literature treba da posluži kao osnov za dalja proučavanja u našoj zemlji:

Primena iskustava Savezne Republike Nemačke iz oblasti obrazovanja, usavršavanja turističkih kadrova u turističkoj privredi i rekreaciji, predstavlja jedan od primenjivih modela na Srbiju i Crnu Goru.

Treba primeniti i uvođenje novih tehničkih tehnoloških sredstava u realizaciji nastavnih školskih programa.

Uključivanje u Internet-mrežu dovešće do novih oblika školovanja i usavršavanja preko "Internet univerziteta", koji će istovremeno omogućiti brzo prenošenje znanja iz jednog geografskog prostora u drugi. Kao jedana od mogućnosti stvaranja takozvanog "globalnog sela".

Razvoj turizma u svetu, kao i u Nemačkoj pokazuje da turistička kretanja iz godine u godinu doživljavaju konstantan rast. Nemačka kao veoma značajno emitivno područje i u prethodnoj Jugoslaviji igrala je veliku ulogu u turističkoj privredi. Nakon raspada Jugoslavije i građanskih ratova, područje Srbije i Crne Gore ostalo je dugo godina izolovano ekonomski i politički, a posebno kad su u pitanju turistička kretanja inostranih turista prema našoj zemlji.

Nerešeni teritorijalni problemi, dugotrajna ekonomska iscrpljenost usporili su razvoj turističke infrastrukture u Srbiji i Crnoj Gori. Sa oživljavanjem privrede i sređivanjem političke situacije naša zemlja ima u određenim sektorima u turističkoj privredi određene prednosti. Potencijalne prednosti mogu se identifikovati u sledećim vrstama turističkih kretanja:

- tranzitni turizam,
- planinski turizam (letnji i zimski),
- primorski turizam (Crnogorsko primorje),
- kulturni turizam (gradski turizam – Beograd-Novi Sad, valorizacija spomeničke kulture).
- razvoj banjskog turizma – aktiviranje termonineralnih izvora i klimatskih lečilišta (Vrnjačka banja, Koviljača, Soko-Banja, Zlatibor i druge banje).

Pored navedenih Beograd ima perspektive za razvoj tranzitnog i kongresnog turizma, s obzirom na njegov geografsko-turistički položaj.

Prilikom gradnje novih turističkih objekata i infrastrukture, trebalo bi voditi računa o savremenim oblicima turističkih kretanja u svetu. U ovom radu navedeni su i novi oblici i forme turističke rekreacije i novih turističkih sadržaja koji dobijaju sve veću važnost u turističkoj ponudi. Tu treba naročito istaći nove vrste turističkih usluga vezanih za "estetski" turizam. Hoteli treba da prate zahteve mlade i starije turističke populacije.

Iskustva iz Nemačke i njihova primena treba da posluže kao dobra osnova za razvoj turizma po svetskim standardima. Posebnu pažnju treba posvetiti čuvanju prirodne sredine. Prilikom planiranja i izgradnje novih turističkih sadržaja treba voditi računa o svetskim trendovima u oblasti turističkih kretanja.

Turizam u svetu doživljava svake godine snažan razvoj; to se može zaključiti iz kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja koji su navedeni u ovom radu. Na dalji rast turističke privrede uticaće i liberalizacija i debirokratizacija turističkih

putovanja. Snažan turistički razvoj nastaviće se u zemljama Evropske unije, a posebno će povoljno uticati na dalji razvoj turističke privrede u Nemačkoj. Na dalji rast turizma i rekreacije uticaće povećanje životnog standarda i slobodnog vremena. Kao što je već istaknuto u radu, doći će do promena u demografskoj strukturi stanovništva evropskih zemalja, a posebno u Saveznoj Republici Nemačkoj. Povećanje ukupnog broja stanovnika iznad 60 godina starosti dovešće do velikih socijalnih i političkih promena u Nemačkoj. Ove promene će uticati na menjanje životnog stila stanovništva. Stanovnici "trećeg doba" izmeniće turističko-rekreativna putovanja u zemlji i inostranstvu. Putovanja će biti kraća i češća. U centru pažnje će biti naglašen značaj zdravstvenog turizma u kombinaciji sa raznim drugim turističkim sadržajima.

Na češća turistička putovanja uticaće višak slobodnog vremena i veća brzina i udobnost saobraćajnih sredstava.

Turistička receptiva, pored komfora, pružaće i veliki broj kulturnih i rekreativnih sadržaja. U radu su navedeni i problemi vezani za očuvanje prirodne sredine. Mnoge mere zaštite, kao i svest o značaju prirodnih resursa, u Nemačkoj se nalaze na zavidnoj visini. Navedena iskustva mogu biti jedan od zaključaka ovog rada i preporuka da se ona primene u turističkoj praksi Srbije i Crne Gore.

Iako Nemci čine veliki deo turističke populacije u mnogim turističkim zemljama sveta, znatan broj njih provodi odmor i u svojoj zemlji. Nemačka raznim merama ekonomske politike snažno podstiče razvoj domaćeg turizma. Turistička privreda je jedna od najvažnijih privrednih grana u Nemačkoj. Mnogi navedeni primeri mogu biti dobar recept za strateško planiranje i realizaciju turističke infrastrukture, koje bi pratila odgovarajuća (maksimalna) ekološka zaštita. Na uspešan razvoj turizma u Nemačkoj, uticao je i visoki profesionalizam turističkih kadrova.

2. Stanje turističke privrede u Srbiji i Crnoj Gori i mogućnosti primene nemačkih iskustava kod nas u praksi u perspektivi

Republika Srbija i Crna Gora, sa površinom od 102.173 km² i sa oko 10.394.000 stanovnika uključujući i Kosovo (prema popisu iz 1991), sa nedefinisanim državnim granicama, nerešenim statusom Kosova bila je jedna od teškoća u donošenju zaključaka kako u praksi primeniti iskustva Savezne Republike Nemačke u oblasti turizma. Druga teškoća, za nas, pri izradi ovog rada, bio je nedostatak kvantitativnih i kvalitativnih statističkih podataka koji bi poslužili kao osnova za izvođenje relevantnih zaključaka.

U ovom radu na više načina su prezentirana iskustva Nemačke na polju turizma i turističke rekreacije, pri čemu su korišćeni brojni izvori i stručna literatura pisana od strane nemačkih, švajcarskih, austrijskih i američkih autora. Takođe su korišćena i saznanja naših eminentnih stručnjaka iz ove oblasti, čiji je naučni pristup, analize i zaključci bili od velike pomoći u izvođenju određenih zaključaka. Možemo reći da su posledice raspada Jugoslavije i ratna zbivanja, ekonomska izolacija Srbije i Crne Gore, doprineli delimičnom zamiranju interesovanja stranih turista za našu zemlju.

Ipak, pored negativnih činilaca, postoje i faktori koji bi mogli dovesti do oporavka turističke privrede u našoj zemlji i porasta interesa stranih turista za našu zemlju. Najpre zato što Srbija i Crna Gora poseduju brojne prirodne i antropogene vrednosti, pogodne za razvoj turizma i turističke rekreacije. Srbija i Crna Gora imaju prirodne turističke potencijale, a ovde ćemo pomenuti samo one najvažnije i najprivlačnije za turiste.

– Crnogorsko primorje – sa svojim prirodnim i antropogenim karakteristikama, koje su tako komponovane da predstavljaju dobru osnovu za privlačenje domaćih i stranih gostiju, pruže veliki turistički potencijal. Da bi se omogućila realizacija ovog potencijala u praksi potrebno je obratiti pažnju na iskustva razvijenih turističkih zemalja. Iskustva Nemačke, kao značajne turističke zemlje, bilo korisno i to:

- savremeno i dugoročno planiranje razvoja i izgradnje turističke receptive, uz maksimalno poštovanje zaštite životne sredine kao najvažnijeg “kapitala” za održivi turizam;
- strategijski pristup izgradnji saobraćajne infrastrukture, kao jedan od najvažnijih elemenata za razvoj turizma, uz optimalno poštovanje ekoloških normi koje se primenjuju u svetu.

Iskustva Nemačke iz ove oblasti predstavljaju zadovoljavajući model. Savremena tendencija u turizmu ispoljava se kroz korišćenje različitih turističkih oblika i sadržaja. Savremeni turisti iz Nemačke, kao i turisti iz drugih razvijenih zemalja sveta, imaju raznovrsne potrebe (rekreativne, zdravstvene, kulturne i dr.), pa u tom smislu treba pristupiti izgradnji novih, ili adaptaciji i prilagođavanju postojećih turističkih centara i kapaciteta, koji će biti u stanju da ponude turistima nove, savremene i zanimljive sadržaje. Trebalo bi poraditi na tome da se turistička sezona na Crnogorskom primorju produži, što bi doprinelo povećanju životnog standarda lokalnog stanovništva, između ostalog, i kroz zapošljavanje.

U turističkoj propagandi potrebno je isticati vrednosti planine Durmitora, kao značajne komplementarne turističke vrednosti. U istom smislu potrebno je u valorizovati i planinu Lovćen i Skadarsko jezero. Aktivno marketinški treba obrađivati prostore Srbije. Izgradnja savremenih aerodroma u Tivtu i Podgorici, a u daljoj budućnosti i na Žabljaku, biće osnova za povećanje broja stranih gostiju koji bi želeli da letuju i odmaraju se na Crnogorskom primorju. U ovom radu pomenuli smo nemačka iskustva u razvoju turizma na ostrvu Rigen, koja mogu poslužiti kao primer razvoja turizma u primorskim mestima.

Banjski turizam u Srbiji predstavlja dobru bazu za razvoj zdravstvenog turizma. Najveći problemi zdravstvenog turizma u Srbiji i Crnoj Gori su loša saobraćajna infrastruktura, starost banjskih objekata, nedostatak materijalnih sredstava za izgradnju novih i uvođenje novih sadržaja u banjama i klimatskim lečilištima, komunalna higijena i dr. I u ovom segmentu turizma, neka nemačka iskustva je moguće primeniti da bi se ostvario dalji razvoj zdravstvenog turizma kod nas.

Banjski turizam može, potencijalno, biti interesantan i za nemačke turiste. Veliki broj naših građana iz dijaspore (penzionera, kao i onih u mlađem životnom

dobu), takođe bi mogao biti veoma zainteresovan za boravak u banjama i banjanskim lečilištima.

Planinski turizam kod nas (u letnjoj i zimskoj sezoni), zbog velike udaljenosti od turističkih emitivnih centara i slabih puteva u Srbiji i Crnoj Gori, nema dobru perspektivu za dalji razvoj dok se neki problemi ne reše na zadovoljavajući način. Planinski turizam u perspektivi mogao bi mnogo više da se razvije na Kopaoniku, Zlatiboru, pa i na Durmitoru. Ove planine imaju velike mogućnosti za razvoj zimskih sportova, ali samo ako se reši problem kvaliteta saobraćajne infrastrukture, koji zasad nije zadovoljavajući i predstavlja veliku smetnju za privlačenje stranih turista.

Primeri nemačkih skijaških centara pokazuju trend porasta interesovanja turista za zimske sportove i rekreaciju na snegu.

Razvoj tranzitnog turizma u Srbiji i Crnoj Gori mogao bi da ima perspektivu, jer kroz našu zemlju prolaze međunarodni železnički i rečni putevi, kao i autoput "Bratstvo i jedinstvo" koji povezuje zapadnu i srednju Evropu sa Azijom. Izgradnja moderne saobraćajnice Beograd – Bar, uz njeno povezivanje sa putevima sa Hrvatskom, Albanijom, Grčkom, Rumunijom i Bugarskom aktivirala bi razvoj ovog još nerazvijenog, a turistički svakako interesantnog, područja. Uz tranzitni turizam, koji bi se usmerio na ovaj put, došlo bi i do razvoja gradskog turizma, uz odgovarajuće aktiviranje kulturno-istorijskih vrednosti u funkciji turizma. Beograd i Novi Sad, kao veliki privredni i kulturni centri, imaju u dogledno vreme velike mogućnosti za razvoj kongresnog turizma.

Jedan od najvažnijih uslova za dalji napredak turizma u našoj zemlji, jeste rešavanje političkih i ekonomskih problema. Uključivanje naše zemlje u Evropsku uniju biće jedna od strateških odluka, koja će doprineti rešenju mnogih problema naše zemlje, pa i onih koji sada onemogućavaju iskorišćavanje naših velikih potencijala koje imamo za razvoj turizma.

Da bi se došlo do ostvarenja ovog, za nas veoma važnog cilja, potrebno je pratiti, analizirati i strateški planirati razvoj turizma. Primeri i nemačka iskustva u toj oblasti mogu biti dragoceni.

3. Tendencija rasta turizma na svetskom nivou

Ta tendencija se posebno uočava kroz povećano interesovanje nemačkih turista, kako za domaće tako i za strane turističke destinacije. Podaci o razvoju turizma i turističke rekreacije, kao i tendencije daljeg rasta, mogu se dobiti na osnovu kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja koji se dobijaju analizom statističkih podataka. Mnoga tržišna istraživanja upućuju na donošenje navedenih zaključaka. Jedan od načina da se dođe do određenih kvalifikovanih podataka je takozvana "Delphi-metoda", koja je 50-tih godina uvedena u SAD (Rand-Corporation / N. C. Dalkey i O. Helmer, Santa Monica / Kalifornija). Prvobitno je korišćena pri istraživanjima za potrebe vojske, a kasnije je našla svoju primenu u socijalno-političkim, ekonomskim istraživanjima i naučnim predviđanjima razvoja u budućnosti.

Poslednjih godina ova metoda našla je svoje mesto u različitim naučnim istraživanjima, posebno u sledećim oblastima: demorkatizaciji društva, poboljšanju uloge medija, prognozama, planiranju, donošenju odluka i nalaženju rešenja u razvoju turizma.

Prema prognozama eksperata iz Nemačke, Austrije i Švajcarske, o budućem razvoju turizma u svetu donose se prema navedenoj Delfi-studiji. Prema nalazima ove studije doći će do daljeg razvoja turizma u Nemačkoj i Švajcarskoj. Poseban rast turističke privrede treba očekivati u Kini. Austrijski eksperti predviđaju blagi pad interesovanja za Egipat i Senegal. Očekuje se porast broja turista u Keniji. Prema mišljenju stručnjaka rast turističke privrede biće povećan i u zemljama Bliskog istoka. Veliki godišnji rast će se nastaviti, posebno u Turskoj, Saudijskoj Arabiji, Jemenu i Izraelu. Pretnja turističkom razvoju mogu biti novi ratni konflikti na tom području. Problemi Palestine, rat u Iraku i nastali konflikti oko Irana, mogli bi za određeno vreme biti ozbiljna smetnja za razvoj turizma.

Prema prognozi, buran turistički razvoj doživeti će i **Australija**, Novi zeland i male državnice u Pacifiku. Azija će imati pozitivan turistički razvoj, i to pre svega Kina i Vijetnam. Dalji rast turističke privrede nastaviće se i na ostrvima Indijskog okeana (Mauricius, Maldivska i Sejšelska ostrva). Turizam u Tajlandu, Indoneziji i Šri Lanki, i pored prirodne katastrofe koja ih je zadesila (Cunami), nastaviće sa pozitivnim rastom.

Severna Amerika. SAD i Kanada će u narednom periodu u turističkoj privredi doživeti značajan rast.

Latinska Amerika. Zemlje Karipskog mora i Meksiko doživeti će dalji, a Brazil i Venecuela nešto manji rast.

Antartik. Prema mišljenju eksperata iz Austrije, Švajcarske i Nemačke na Antarktiku će biti slab rast turističkih poseta. Posete će biti interesantne samo za turiste – naučnike.

3.1. Vasijski ili kosmički turizam

Prvi kosmički turistički letovi već su počeli. Plaćeni turistički letovi u budućnosti dobiće na svojoj aktuelnosti već od 2020. godine. Na razvoj kosmičkog turizma uticaće nekoliko važnih faktora:

- tehnički i tehnološki razvoj budućih letelica;
- problemi sigurnosti;
- otvaranje komercijalnih letova u turističke svrhe;
- stvaranje hotela u svemiru, rešavanje snabdevanja, rešavanje problema otpadaka i dr.

Problemi koji se očekuju kao ograničavajući faktor:

- ovakav tip turističkih putovanja je izuzetno skup;
- tehničko-organizacioni problemi nisu zanemarljivi;
- medicinski problemi (potrebne su posebne medicinske i tehničke pripreme budućih putnika);

- etički i ekološki problemi;
- političko-pravni problemi (problemi suvereniteta i dr.).

Analiza životne sredine

Analiza životne sredine treba da odredi ciljeve, šanse i opasnosti koje se mogu pojaviti zbog neplanskog razvoja turističke privrede. Pri analizi turističkog razvoja treba imati u vidu sledeće:

- povećanje životnog standarda;
- promene pariteta valuta i posledice koje ona izaziva, kako kod turista zemlje porekla, tako i kod turista zemlje turističkog prijema;
- zaposlenost stanovništva;
- očekivano privredno kolebanje.

Tokom planiranja razvoja turizma potrebno je voditi računa o demografskim i sociopsihološkim tendencijama, kao na primer:

- demografski razvoj (analiza raznih demografskih grupa – omladine, starijih i dr.),
- sociopsihološke promene (radnog mentaliteta, promene u načinu korišćenja slobodnog vremena, mentaliteta i dr.).

Promene u političkoj i pravnoj sferi, koje su značajne za planiranje turizma, su:

- razvoj globalizacije, politička situacija u zemljama imitivnog i emitivnog turizma,
- tendencije razvoja privrede (porezi i subvencije i dr.),
- uticaj sindikata,
- stepen slobodne turističke aktivnosti,
- stepen povezanosti saveznih i lokalnih institucija (turističko pravo, planiranje prostora, pomoć u investicijama, krediti za hotele, propisi o zaštiti prirodne sredine).

Treba voditi računa i o tehničko-tehnološkim promenama prilikom analize, i to:

- tehnički napredak koji utiče na turističku privredu u celini,
- tehnološke inovacije u reciklaži otpada,
- promene u informacionoj tehnologiji.

Prilikom analize, treba obratiti pažnju na ekološku situaciju prirodne sredine, koja igra važnu ulogu u razvoju turizma. Najvažniji faktori koje je potrebno analizirati su:

- značaj prirodne sredine,
- stanje prirodne sredine,
- devastiranost prirodne sredine,
- spremnost i svest o čuvanju i zaštiti životne sredine,

- primena zakonskih propisa u vezi zaštite prirodne sredine.

Pored navedenih faktora, mora se prilikom analize prirodne sredine voditi računa i o sledećim elementima:

- istraživanje tržišta,
- stanje turističkih konkurenata.

Analiza turističkog tržišta treba da da odgovore na sledeća pitanja.

- Koji turistički cilj želi da ostvari turista iz zemlje porekla?
- Kako se kreći promena turističkog intenziteta u smislu broja putovanja, veličine izdataka za turistička putovanja i sl.,
- Koje su ciljne turističke zemlje i zemlje porekla?
- Koji su turistički motivi?
- Treba se pozabaviti istraživanjem i segmentiranjem ciljnih grupa (prema starosti, zanimanju, materijalnom stanju, prema motivima – želja za oporavkom, želja za doživljajima i razonodom, želja za obrazovanjem i sticanjem novih znanja iz kulture i drugih oblasti). Uz sve ovo, moraju se vršiti analize uspešnosti i poslovanja konkurentskih turističkih organizacija (po zemljama, po udelu koji imaju na turističkom tržištu.
- Treba saznati kakva je ponuda konkurencije u pogledu cena, kvaliteta, imidža i dr.

Prognoze u razvoju turizma

Svetska turistička organizacija napravila je jednu prognozu, koja se odnosi na period do 2010. godine. Prema ovoj prognozi, predviđa se da će u svetu biti jedna milijarda turista, a da će turistička privreda ostvariti prihod od 1,5 bil. US \$.

VI LITERATURA

1. 1987 (Hg.): Der Einfluß von Großveranstaltungen auf die nationale und regionale Fremdenverkehrsentwicklung, St. Gallen
2. 1990: Herausforderung Freizeit: Perspektiven für die 90-er Jahre, Hamburg
3. 1991: Mehr Wissen - mehr handeln: Bausteine für eine umweltverträgliche Tourismusentwicklung, München
4. 1991: Zunehmender Wettbewerbsdruck erfordert neue Management-Konzepte und Marketing-Strategien, in: Heilbad und Kurort, 43. Jg., H. 2-3 (1991):
5. 1991b: Tourismus 2000. Von Boomfaktoren zu Megatrends und Zukunftsszenarien, Bonn
6. 1992: The Life Cycle Concept and Tourism, in: Johnson/Thomas 1992: 145-160
7. 1992b: Lebenslanges Urlaubsreiseverhalten, in: Becker 1992a: 70-82
8. 1993 (Hg.): Qualitätstourismus, St. Gallen
9. 1993: Touristische Images (Reiseländerimages), in: Hahn/Kagelmann 1993: 321-325
10. 1993a: Die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs für eine Gemeinde, in: Heilbad und Kurort, H. 3 (1993): S. 8-85
11. 1993b: Reiseentscheidung, in: Hahn/Kagelmann 1993: 302-307
12. 1993b: Sponsoring im Tourismus, in: Hahn/Kagelmann 1993: 455-462
13. 1993c: Was ist "sanft" am "sanften Tourismus"? in: Pillmann/Wolzt 1993:1-19
14. 1994 (Hg.): Deutscher Tourismusbericht, Bonn
15. 1994 (Hg.): Tourismus-Forschung: Erfolge, Fehlschläge und ungelöste Probleme, St. Gallen
16. 1994: Tourismus 2005: Entwicklungsaspekte und Szenarien für die Tourismus - und Freizeitwirtschaft, Wien
17. 1994: Typen von Markenstrategien, in: Bruhn 1994: 463-498
18. 1994b: Markenpolitik, in: Diller 1994: 643-645
19. 1994b: Touristische Souvenirs, in: Souvenir Festival, Nr. 1 (1994): 60-62
20. 1995 (Hg.): Internes Marketing, Wiesbaden

21. 1995: Service-Qualität im Tourismus: Grundsätze und Gebrauchsanweisungen für die touristische Praxis, München (von Romeiss-Stracke)
22. 1995: Tourismuskollegien, München/Wien
23. 1995: Typologien von Dritte-Welt-Reisenden, in: FVW-International, H. 19 (1995): 28-30.
24. 1995a: Hotelbetriebsvergleich 1995, München:
25. 1995a: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München/Wien: Oldenbourg (7. Auflage 2001)
26. 1995b: Beitrag der Wirtschaftswissenschaften zur Tourismuswissenschaft, in: IFKA (Hg.): 1. Bielefelder Tourismuskolloquium 1994, Bielefeld: 99-132
27. 1995b: Die Marketinginstrumente im Sporttourismus, in: Dreyer/Krüger 1995: 83-104
28. 1995b: Kurortbetriebsvergleich 1995, München
29. 1995c: Marketing im Sporttourismus, in: Dreyer/Krüger 1995: 53-82
30. 1996 (Hg.): Globalisierung und Tourismus, St. Gallen
31. 1996: Multimedia und Online-Systeme im Tourismus - Einsatz neuer Technologien als Wettbewerbsvorteil in vernetzten Unternehmen, in: Freyer/Scherhag 1996: 281-304
32. 1996a (Hg.): Kulturtourismus, München/Wien (2. Aufl. 2000)
33. 1996a: Event-Management im Tourismus: Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote, in: Dreyer 1996a: 211-242
34. 1996b: Events als Aufhänger der Kommunikation von Destinationen, in: Bieger 1996: 246-262
35. 1996b: Grundlagen der Zukunftsforschung und -vorhersagen im Tourismus, in: Freyer/Scherhag 1996: 17-42
36. 1996c: Tourismus-Ökonomie oder Ökonomie des Tourismus?, in: Fischer, G./Laesser, C. (Hg.): Theorie und Praxis der Tourismus- und Verkehrswirtschaft im Wertewandel, Festschrift zur Emeritierung von Prof. Dr. Claude Kaspar, Bern usw. 1996: 49-68 1997: Deutschland 2010: Wie wir morgen leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, Hamburg .
37. 1997: Qualitätsmanagement im Tourismus, St. Gallen
38. 1997a: Qualität durch Markenpolitik, in: Lieb/Pompl 1997: 155-183
39. 1997b: Marketing in Non-Profit-Organisationen - zwischen Ethik und Kommerz?, in: Freericks, R./Fromme, J. (Hg.): Freizeit zwischen Ethik und Ästhetik, Neuwied: 249-260 (auch: Freyer 2000: 381-393)
40. 1997d: Tourismus und Wissenschaft - Chance für den Wissenschaftsstandort Deutschland, in: Feldmann, O. (Hg.): Tourismus - Chance für den Standort Deutschland, Baden-Baden: 219-237
41. 1998: Destinations Marketing, St. Gallen
42. 1998a: Grundlagen der Tourismuswirtschaft für den Kultur-Tourismus, Hagen

43. 1998b: Globalisierung und Tourismus, Dresden: FIT (aktualisierte Kurzfassung in: Landgrebe 2000: 13 -50)
44. 1998c: Fremdenverkehrsabgabe und Kurtaxe - eine tourismuswirtschaftliche Betrachtung, in: Sachsenlandkurier, H. 9 (1998): 349-353
45. 1998d: Erlebnis-Tourismus: Marketingstrategien gegen den Erlebnistrend? in: Messe München (Hg.): Erlebnisurlaub ja oder nein? Freizeitwelten pro und contra! München 1998: 35-42 (auch: Freyer 2000: 537-544)
46. 1998e: Stadt-Tourismus: Tourismus-Marketing und Stadtentwicklung, in: Nahrstedt, W./Kombol, T. P. (Hg.): Leisure, Culture and Tourism in Europe, Bielefeld 1998, S. 87-100 (auch: Freyer 2000: 437-453)
47. 1999 (Hg.): Reisebüro-Management, München/Wien
48. 1999: Reisebüro-Management - allgemeine Grundlagen, in: Freyer, W./Pompl, W. (Hg.): Reisebüro-Management, München/Wien 1999: 99-140
49. 2000: Elektronisches Tourismusmarketing - Gefahr oder Chance für Reisebüros, in: Landgrebe 2000: 101-113
50. 2000: Ganzheitlicher Tourismus, Dresden: FIT
51. 2000: Tourismus und Kultur, St. Gallen
52. 2000: Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, Bonn/Berlin
53. 2001a: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 7. Aufl., München/Wien
54. Achterholt, G. 1991: Corporate Identity - In zehn Arbeitsschritten die eigene Identität finden und umsetzen, 2. Aufl., Wiesbaden
55. ADAC 1989: Neues Denken im Tourismus, München
56. Aderhold, P. 1992: Von der Marktforschung zum Marketingkonzept, in: Studienkreis 1992: 37-54
57. Aiest-International Association of Scientific Experts in Tourism 1973 (Hg.): Tourisme et Marketing, Bern
58. Althof, W. 1996: Incoming-Tourismus, München/Wien
59. Ansoff, H. 1.1966: Management-Strategie, München
60. Ansoff, H. I./McDonnell, E. 1990: Implanting Strategie Management, 2. Aufl., New York usw.
61. Apter, M. J.: Motivation, emotion and personality, London / New York, 1989.
62. Asbach 1987 (Hg.): Gastlichkeit im Jahr 2000, Rudesheim
63. Ashworth, G./Goodall, B. 1994 (Hg.): Marketing Tourism Places, London: Routledge
64. Auer, M./Diederichs, F. A. 1993: Werbung below the line, Landsberg a. Lech
65. Backhaus, K., u.a. 1996: Multivariate Analysemethoden, 8. Aufl., Berlin usw.
66. Backhaus, K./Büschken, J./Voeth, M. 1996: Internationales Marketing, Stuttgart

-
67. Bamberg, G./Baur, F. 1993: Statistik, 8. Aufl., München/Wien Barg, C.-D. 1988: Aufstand der Bereisten, in: touristik management, H. 6:69-74 1989: Life-Style zur Seele des Verbrauchers? in: touristik management, H. 1:11-20
 68. Bänsch, A. 1989: Käuferverhalten, 4. Aufl., München/Wien 1990: Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik, 4. Aufl., München/Wien
 69. Bar-On, R. R. 1993: Seasonality, in: Khan/Olson/Var 1993:705-734
 70. Barth, K./Theis, H.-J. 1998: Hotel-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden
 71. Bastian, H./Born, K./Dreyer, A. 2000 (Hg.): Kundenorientierung im Touristikmanagement, München/Wien
 72. BAT-Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.): Urlaub, versch. Jg. (ab 1986), Hamburg
 73. Baumann, E. J. 1990: Produkte für Senioren - aber keine Seniorenprodukte, in: Absatzwirtschaft H. 1 (1990): 36-42
 74. Becker, C. 1992a (Hg.): Erhebungsmethoden und ihre Umsetzung in Tourismus und Freizeit, Trier
 75. Becker, C./Schertler, W/Steinecke, A. 1992 (Hg.): Perspektiven des Tourismus im Zentrum Europas, Trier
 76. Becker, Ch., Job, H., Nazionalatlas Deutschland-Freizeit und Tourismus, Institut für Länderkunde, Leipzig, 2000.
 77. Becker, J. 1993: Marketing-Konzeption, 5. Aufl., München
 78. Becker, J., novinski članak u časopisu Politik und Zeitgesch, "Neue Medien und Internet", B 50, Berlin, 2001.
 79. Becker, U. u.a. 1995: TopTrends: die wichtigsten Trends für die nächsten Jahre, Düsseldorf/ München
 80. Behrens, G. 1991: Konsumentenverhalten, Frankfurt a.M.
 81. Benölken, H./Greipel, P. 1994: Dienstleistungs-Management, 2. Aufl., Wiesbaden
 82. Berry, L./Zeithaml, V. A./Parasuraman, A. 1992: Five Imperatives for Improving Service Quality, in: Lovelock 1992: 224-235
 83. Beutelmeyer, W/Kapuza, G. 1993: Sekundäranalyse, in: Roth, E. Sozialwissenschaftliche Methoden, 3. Aufl., München/Wien 1993: 293-308
 84. Bieger, T. 1996: Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, München/Wien (2. Aufl. 1997)
 85. Birkigt, K./Stadler, M. M./Funck, H. J. 1994: Corporate Identity - Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, 7. Aufl., Landsberg
 86. BMWI1994: Bundesministerium für Wirtschaft (Hg.): Bericht der Bundesregierung über die Entwicklung des Tourismus, Bonn
 87. Bober, S. 1992: Marketing-Praxis in der Gemeinschafts-Gastronomie, 2. Aufl., Frankfurt
 88. Bolz, N./Bosshart, D. 1995: Kult-Marketing: Die neuen Götter des Marktes, 2. Aufl., Düsseldorf

89. Bonarius, S. 1993: Event-Marketing: Schwerpunkt-Thema, in: management & seminar, H. 3 (1993): 45-53
90. Bornstaedt, F. v. 1992: Telematik in der Tourismuswirtschaft, München (zugl. Diss. Köln 1991)
91. Böventer, E. v. 1989: Ökonomische Theorie des Tourismus, Frankfurt/New York
92. Brandt, U. 1996: Programmsponsoring: Sekunden, die die Welt bedeuten, in: touristik management, H.3 (1996): 155-158
93. Brauchlin, E./Wehrli, H. P. 1991: Strategisches Management, München/Wien
Brauer, K. M. 1991: Betriebswirtschaftliche Touristik, 2. Aufl., Berlin
94. Braun, O. L. 1993a: Vom Alltagsstreß zur Urlaubszufriedenheit: Untersuchungen zur Psychologie des Touristen, München
95. Braun, O. L./Lohmann, M. 1989: Die Reiseentscheidung, Starnberg
96. Brendle, U./Müller, V. 1996: Für eine Wende in der Tourismuspolitik, Bonn
97. Bretthauer, I.: Deutsche Bahn AG: Von der Behörde zum marktorientierten Touristikanbieter, in: Roth/Schrand 1995: 243-253
98. Bruha, M., Tilmes, J., Social Marketing, Ihd., Kohlhammer, Stuttgart - Berlin - Köln, 1989.
99. Bruhn, M. 1994a (Hg.): Handbuch Markenartikel, Stuttgart
100. Bruhn, M./Stauss, B. 1995 (Hg.): Dienstleistungsqualität, 2. Aufl., Wiesbaden
Bruhn, B./Tilmes, J. 1989: Social Marketing, Stuttgart usw.
101. Brundt, P. 1997: Market Research in Travel and Tourism, Oxford: Butterworth Heinemann
102. Bull, A. 1995: The Economics of Travel and Tourism, 2. Aufl., Melbourne: Longman
103. Burkart, A. J./Medlik, S. 1974: Tourism: Past, Present, and Future, London 1975 (Hg.): The Management of Tourism, London
104. Burkhardt, Dietlinde: Der Medizinische Reiseführer, Südwest Verlag GmbH, München, 1997.
105. Calantone, R. J./Mazanec, J. A. 1991: Marketing Management and Tourism, in: Annals of Tourism Research, Bd. 18 (1991): 101-119
106. Cantauw, C. 1995 (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen, Münster/New York
107. Cowell, D. 1991: The Marketing of Services, Oxford: Butterworth-Heinemann 1993: The Marketing of Services, 2. Aufl., London: Heinemann
108. Dann, G. M. S./Nash, D./Pearce, P.: 1988: Methodology in Tourism Research, in: Annals of Tourism Research, Bd. 15 (1988): 1-28
109. Dath, A. 1980: Reisebüro-Marketing: Marketing im veranstaltenden Reisebüro, Heilbronn
110. DBV-Deutscher Bäderverband (bis 1999), siehe danach DHV-Deutscher Heilbäderverband
111. Dehmer, S. 1996: Die Kur als Markenartikel: Angebotsprofilierung und Markenbildung im Kurwesen, Dresden: FIT-Verlag

-
112. DEHOGA 1992 (Hg.): Marketing der Gastfreundschaft, Bonn (Neuaufgabe 1999)
 113. Deml, G. 1990: Besserer Markterfolg durch gemeinsame Verkaufswerbung, in: Jahrbuch für Fremdenverkehr, Bd. 36 (1990): 27-40
 114. Dettmer, H. u.a. 1999: Tourismus-Marketing-Management, München/Wien
 115. Deutschland auf einen Blick-Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland-Freizeit und Tourismus, 2000.
 116. DFV-Deutscher Fremdenverkehrsverband, ab 1999 DTV-Deutscher Tourismusverband
 117. DHV/DTV 1999: Deutscher Heilbäderverband/Deutscher Tourismusverband (Hg.): Begriffsbestimmungen - Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen, 11. Aufl., Bonn
 118. Diller, H. 1994 (Hg.): Vahlens Großes Marketing Lexikon, München
 119. DIW 1999: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung: Wirtschaftsfaktor Tourismus, Berlin
 120. Dornach, F./Meyer, A. 1995: Das aktuelle Kundenbarometer. Aktuelle Benchmarks für Qualität und Zufriedenheit, in: Qualität und Zuverlässigkeit, H. 12 (1995): 1385-1390
 121. Dörr, G. 1994: Wie gründe und führe ich ein Reisebüro: Das Reisegeschäft, 5. Aufl., Bonn
 122. Dreyer, A., Tourismus und Sport, Deutscher Inversitäts - Verlag GmbH, Wiesbaden, 2002.
 123. Dreyer, A./Krüger, A. 1995 (Hg.): Sporttourismus: Management- und Marketing-Handbuch, München/Wien
 124. Dreyer, A.1995a: Der Markt für Sporttourismus, in: Dreyer/Krüger 1995: 9-51.
 125. Đurđev, S. B., Metodologija naučnog rada (skripta), Univerzitet N. Sad - Institut za geografiju, Novi Sad, 1997.
 126. Echtermeyer, M. 1997: Globale Computer-Reservierungssysteme und neue Informations-, Kommunikations- und Reservierungs-Technologien im internationalen Luftverkehr und Tourismus, Trier
 127. Eisenstein, M. 1995: Wirtschaftliche Effekte des Fremdenverkehrs, 2. Aufl., Trier
 128. EU-Europäische Union 1998: The Europeans on Holiday, Brüssel (Hg.: Europäische Kommission)
 129. Ferner, F. K., Pötsch, W., Marken Lust und Marken Frust im Tourismus, Österreichischer Wirtschaftsverlag, Wien - Österreich, 1998.
 130. Ferner, F-K./Pötsch, W 1998: MarketingLust und MarketingFrust im Tourismus, Wien
 131. Finger, C./Gayler, B. 1990: Animation im Urlaub, 2. Aufl., Starnberg
 132. Freyer, M., Tourismus - Marketing, Oldenburg, 2001.

-
133. Freyer, W. (2000): Sport und Tourismus, in: Freyer, W.: Ganzheitlicher Tourismus, Dresden: FIT 2000, S. 489-523 (Kurzfassung in: Trosien/Dinkel 2001, S. 32-65).
 134. Freyer, W. (2001a): Tourismus-Marketing, Marktorientierte Unternehmensführung im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 3. Aufl., München/Wien.
 135. Freyer, W. (2001b): Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 7. Aufl., München/Wien.
 136. Freyer, W. (2002): Tourismus und Sport - Neue Chancen für Destinationen, in: Reiseland Sachsen, H.1 (2002), S.8.
 137. Freyer, W./Meyer, D./Scherhag, K. 1998 (Hg.): Events - Wachstumsmarkt im Tourismus? Dresden: FIT
 138. Freyer, W./Pompl, W. 1996: Schlüsselkompetenzen im internationalen Tourismusmanagement, in: AIEST 1996: 303-322
 139. Freyer, W./Scherhag, K. 1996 (Hg.): Zukunft des Tourismus, Dresden
 140. Freyer, W./Tödter, N. 1993: Kurortgesetzgebung in den Neuen Bundesländern, 2. Aufl., Bonn/ Rügen: FIT-Verlag
 141. Freyer/Tödter 1996: Berufsverläufe von Fachkräften in der Reisebranche, Forschungsbericht BiBB, Berlin/Dresden
 142. Gerken, G. 1989: Die Trends für das Jahr 2000, Düsseldorf usw.
 143. Go. F. M./PINE, R. 1995: Globalization Strategy in the Hotel Industry, London/New York: Routledge
 144. Grupa autora (2001): Reise-Know-How im Internet, /http// www.reise-know-how.de/, Peterx Fump GmbH.
 145. Grupa autora, Der frischer weltalmanach - 2005 - Zahlen - Daten - Fakten, Frankfurt an Main, 2005.
 146. Grupa autora, Der neue Tourismus, Oscar Breck, München, 1990.
 147. Grupa autora, Deutschland, Verlag Karl Baedeker - 73751, Ostfildern, 2005.
 148. Grupa autora, Fernreisen 2005 - Dephitudien in Deutschland, Österreich und Schweiz, izd. Ministarstvo Nemačke, Austrije i Švajcarske, Ammerland - Bern, Wien, 1997.
 149. Grupa autora, Rekreativna i kulturna turistika, Institut za prostorno planiranje, Beograd, 1974.
 150. Grupa autora, Unternehmensgründung* im Tourismus, Mainz Verlag Schulbuch, Wien - Köln - Arau, 1998.
 151. Grupa autora, Zeitstrukturen und Stadtentwicklung, W. Kohlhammer, Deutscher Gemeindenverlag, Stuttgart - Berlin - Köln, 1990.
 152. Grupa autora: Der Neue Tourismus - München, 1990.
 153. Grupa autora: Deutschland, Karl Baedeker, Ostfildern, str. 508/509, 2000.
 154. Grupa autora: Ferienreisen, Ammerland (Bern / Wien), 1997.
 155. Grupa autora: Rügen, Baedeker - Ostfildern, 2003.

-
156. Grupa autora: Unternehmensgründung im Tourismus, Manz Verlag Schulbuch - - Köln - Arau, 1999.
 157. Grupa autora: Zahlen - Daten - Fakten, Frankfurt am Main, 2004.
 158. Günther, W. 1991 (Hg.): Handbuch für Studienreiseleiter, Starnberg
 159. Hahn, H./Kagelmann, H. J. 1993 (Hg): Handbuch der Tourismuspsychologie und Soziologie, München
 160. Haimayer, P. 1993: "Intelligenter Tourismus", in: Haedrich u.a. 1993: 743-752
 161. Hänsler, K.-H. 2000: Management in der Hotellerie und Gastronomie, 4. Aufl., München/Wien
 162. Herdih, T., Luger, K., Novinski članak "Aus Politik und Zeitgeschichte B "Der Eroberte Horizont - Tourismus und interkulturelle Kommunikation", Berlin, 2001.
 163. Institut für Länderkunde, Leipzig, 1999.
 164. Jovičić, Ž., Osnovi turizma, Skripta za ugostiteljsko-turistička zanimanja, Beograd, 1981.
 165. Jovičić, Ž., Teorijske osnove rekreacije, Odsek za turizmološke nauke, Beograd, 1986.
 166. Jovičić, Z., Koncept turističko-geografskih istraživanja u Jugoslaviji, Turizmologija - Zbornik stručnih i naučnih radova 1, Viša turistička škola, Beograd, 1975.
 167. Kai Hirschmann. Das Phanomen "Terrorismus", Entwicklung und neue Herausforderungen in: Bundesakademie für Sicherheitspolitik, Sicherheitspolitik in neuen Dimensionen, Hamburg 2001, str. 457.
 168. Kaspar, C, Frey, C. 1993: Freizeit, Mobilität, Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, FER 136/1993, Bern 1993
 169. Kaspar, C. u.a. 1991: Tourismus im Jahre 2010: Eine Delphi-Umfrage über die zukünftige Entwicklung des Tourismus in der Schweiz, Bern 1991
 170. Kaspar, C.: Tourismuslehre im Grundriss, Bern, Stuttgart / Wien, 1997.
 171. Keller, P. 1996: Globalisierung und Tourismus: ein faszinierendes Forschungsthema, in: Aiest 1996: 9-43
 172. Kirsche, K. (1982): Sport und Urlaub - Eine Studie zum sportlichen Verhalten in der Urlaubsfreizeit, Diss., Freiburg i.Br.
 173. Kobasić, A., Turizam u Jugoslaviji, Informator, Zagreb, 1987.
 174. Kotler, P./Bliemel, F. 1995: Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 8.Aufl., Stuttgart
 175. Kotler, P./Bowen, J./Makens, J. 1996: Marketing for Hospitality and Tourism, London usw.: Prentice Hall
 176. Kotler, Ph., Bliemel, F: Marketing Management, Analyse, Planung und Verwirklichung, 10. Aufl. Stuttgart 2001.
 177. Kunz, A. 1990: Erfolgskontrollen für Touristik-Messen in Theorie und Praxis, Trier

-
178. Lambec, A., Zwischen Tabu und Toleranz-Handbuch, Vogel-Druck, Würzburg, 1981.
 179. Lieb, M./Pompl, W. 1997 (Hg.): Qualitätsmanagement im Tourismus, München/Wien
 180. Lohmann, M./Klumpp, F.: Tourismus in den Medien, Kiel 1993 (Tagungs-Dokumentation der AMK und des N.I.T. zur ITB 1993)
 181. Maćejka, M. M., Klima i njen zdravstveni značaj u banjama Srbije, Srpsko geografsko društvo, Beograd, 2003.
 182. Maćejka, M.: Klima i njen zdravstveni značaj u banjama Srbije, Beograd, 2003.
 183. Mazi, M., Ekonomika turizma, Savremena administracija, Beograd, 1972.
 184. Messerli, P. 1989: Mensch und Natur im alpinen Lebensraum - Risiken, Chancen, Perspektiven, Bern 1989
 185. Meyrat-Schlee, E. 1993: Mobil sind die andern. Wohnqualität, Quartier leben und Sesshaftigkeit, Zürich 1993
 186. Müller, H./Kaspar, C./Schmidhauser, H. 1991: Tourismus 2010: Delphi-Umfrage 1991 zur Zukunft des Schweizer Tourismus, Bern/St. Gallen
 187. Naisbitt, J. 1990: Megatrends 2000, Bayreuth
 188. Opaschowski, H. W. 1991: Tourismus und Freizeit 2000 - wohin die Reise geht, unveröff. Manuskript, Hamburg/Bad Dürkheim 1991
 189. Opaschowski, H.W. (1996): Die Zukunft des Sports: Zwischen Inszenierung und Vermarktung, Hamburg.
 190. Pieper, R., Lexikon-Management, Gabler, Wiesbaden, 1991.
 191. Rahmann, B. u.a. (1998): Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-AM 2006 in Deutschland, Köln.
 192. Remer, A., Personalmanagement 1, De Gruyter, Berlin, New York, 1978.
 193. Romelić, J., Turistička geografija Jugoslavije, PMF - Institut za geografiju, N. Sad, 2001.
 194. Rotpart, M., vom Alternativtourismus zum Hybridtourismus, Universitätsverlag Rudolf Trauner, Linz, 1995.
 195. Scheider, Armin: Die Schönsten Familienausflüge im Alpenvorland, Bruckmann Verlag GmbH, München, 2004.
 196. Schörcher, U. 2000: Deutsche Zentrale für Tourismus - Innovatives Marketing für das Urlaubs- und Reiseland Deutschland, in: Landgrebe 2000: 297-312
 197. Sinclur, M.T. and Stabler, M. (1997): The economics of tourism. London: Routledge
 198. Smeral E., Die Freizeitmilliarden, Situation und Perspektiven von Tourismus und Freizeit in Österreich, Wien, 1990.
 199. Stanković, M. S., Planinski turizam Jugoslavije, Turizmologija - sveska 1, Zbornik naučnih radova, Viša turistička škola, Beograd, 1980.

LITERATURA

200. Stanković, M. S., Turizam - zaštita i valorizacija, Srpsko geografsko društvo, Beograd, 2003.
201. Stanković, M. S., Turizam u Jugoslaviji, PMF, Odsek za turizmološke nauke, Beograd, 1983.
202. Stanković, M. Stevan: Turizam, zaštita i valorizacija, Bgd, 2003.
203. Stanković, S., Turistička geografija, Viša turistička škola, Beograd, 1975.
204. Trosien, G./Dinkel, M. (2000) (Hg.): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events, Butzbach-Griedel.
205. Unković, S., Ekonomika turizma, Savremena administracija, Beograd, 1980.
206. Vuković, B., Matović, R., Turističke agencije, Sveučilište, Rijeka, 1980.
207. WTO 1991: Welttourismusorganisation (Hg.): Tourism to the Year 2000: Qualitative Aspects Affecting Global Growth, Madrid
208. Zander, E. Praxis des Führens: Führung - Wieder gefragt, I.H. Sauer - Verlag GmbH, Heidelberg, 1990.



UNIVERZITET U NOVOM SADU
PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET
KLJUČNA DOKUMENTACIJA INFORMACIJA



Redni broj:

Indetifikacioni broj:

Tip dokumentacije:

Monografska dokumentacija

Tip zapisa:

Tekstualni štampani materijal

Vrsta rada:

doktorska disertacija

Autor:

mr Radovan Živanović

Mentor:

Pof. dr Jovan Romelić

Naslov rada:

Turistička organizacija rekreativnih aktivnosti Savezne Republike Nemačke i mogućnost njihove primene na Srbiju u Crnu Goru

Jezik publikacije:

srpski (latinica)

Jezik izvoda:

srpski i engleski

Zemlja publikovanja:

Srbija i Crna Gora

Uže geografsko područje:

Vojvodina

Godina:

2006.

Izdavač:

Autorski reprint

Mesto i adresa:

Prirodno-matematički fakultet, 21000 Novi Sad,
Trg Dositeja Obradovića 3

Fizički opisa rada:

Poglavlja - šest - 283 stranice

Naučna oblast:

Geografija - Turistička geografija - turistika rekreacija

Naučna disciplina:

Turistička geografija - turistička rekreacija

Ključne reči:

Savezna Republika Nemačka, stanovništvo, priroda, privreda, ekologija, rekreacija, turizam, regije, turistička rekreacija, turistička valorizacija, kultura, Evropska unija, turistička politika iseljenički, estetski, vasijski i virtuelni turizam.

UDK

338.486:504.06 (497.16)

Izvod:

Savezna Republika Nemačka predstavlja optimalan primer za proučavanje turističke rekreacije u kojima se sve razvojne faze mogu posmatrati sa aspekta pozitivnih i negativnih faktora koji to uslovljavaju.

Visoko razvijena država, visok životni standard i izgrađena svest o značaju rekreacije uz maksimalnu zaštitu prirodne sredine su i glavni motiv za izradu ove doktorske teze. Nemačka predstavlja i zemlju emitivnog i imitivnih turističkih kretanja.

Doktorska disertacija predstavljenja je kroz šest tematskih poglavlja da bi sve metodom komparacije i sinteze došlo do navedenih zaključaka. Tematska poglavlja imala su za cilj da prikažu i analiziraju sve validne prirodne i antropogene elemente koji sačinjavaju osnov proučavanja turističke rekreacije. Turističko-geografski prikaz Srbije i Crne Gore dat je u najkraćim crtama i služio je samo kao osnov identifikovanja mogućnosti nemačkih iskustava mogu realno biti primenjeni.

Na osnovu svih šest komplementarnih delova metodom sinteze i komparacije izvedeni su navedeni zaključci.

Datum prihvatanja teme od strane NN Veća:

Datum odbrane:

Članovi komisije:

Predsenik: Prof. dr Jovan Romelić, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu

Član: Prof. dr Stevan Stanković, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu

Član: Prof. dr Dragica Tomka, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu



UNIVERSITY OF NOVI SAD
FASULTY OF NATURAL SCIENCES & MATHEMATICS
KEY WORDS DOCUMENTATION



Accession number:

ANO

Identification number:

INO

Document type:

monograph document

DT

Type of record:

textual printed material

TR

Contents code:

doctoral dissertation

CC

Author:

mr Radovan Živanović, PhD

AU

Mentor:

Pof. dr Jovan Romelić

Title:

Tourist and Ecological Study of the River Lim Valley

TI

Language of text:

Serbian

LT

Language of abstract:

serbian and english

LA

Country of publication:

Serbia and Montenegro

CP

Locality of publication:

Vojvodina

LP

Publication year:

2006.

Publisher:

Author's reprint

Publication place:

Faculty of Natural Sciences and Mathematics, 21000 Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 3

Physical description:

chapters 6, pages 276, literature 208, tables 17, pictures 86

Scientific field:

Geography - Turistic geography

Scientific discipline:

Tourist geography - tourist recreation

Subject/Key words:

Federal Republic Of Germany, population, nature, economy, ecology, recreation, tourism, regions, tourist recreation, tourist valorization of cultures, European Union, tourist politics, immigration, esthetic, space and virtual tourism.

SKW

UDK

338.486:504.06 (497.16)

Note:

Abstract: Federal Republic Of Germany is an optimal example for study of tourist recreation because its all developing phases can be observed from the aspect of positive and negative factors, influencing the above stated phases.

This highly developed country, with high level of living standard and awareness concerning significance of recreation with maximum protection of the environment are main motives for preparation of this doctor's thesis. Germany is a country of emigrative and imigrative tourist movements.

The doctor's thesis has been presented through six thematic chapters, reaching the conclusion by methods of comparisons and synthesis.

Thematic chapters were aiming at showing and analyzing of all valid natural and anthropogenic elements which are a base for study of tourist recreation.

Tourist-geographical survey of Serbia And Montenegro has been given briefly and served only as a base for kind of identification with German experiences that can be really implemented.

According to the all six complementary parts, the conclusions have been reached by method of synthesis and comparisons.

Accepted by the Scientific Board on:

Defended: Prof. dr Jovan Romelić, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu

Member: Prof. dr Stevan Stanković, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu

Member: Prof. dr Dragica Tomka, redovni profesor PMF-a u Novom Sadu

BIOGRAFIJA



Živanović Bogoljuba Radovan, rođen 06. 10. 1940. godine u Beogradu, opština Vračar. Završio sam Višu pedagošku školu u Beogradu, Prirodno-matematički fakultet, odsek: geografija, odsek za turizmološke nauke Prirodno-matematičkog fakulteta u Beogradu. Magistar sam turizma od 1991. godine.

Od 1969. do 1977. godine radio sam kao saradnik Više turističke škole u Novom Beogradu. Od 1977. do 1985. godine bio sam pedagoški rukovodilac za obrazovanje jugoslovenskih građana u SR Nemačkoj i Luksemburgu.

Od 1985. godine do danas, radim kao profesor u nemačkoj školi.

Razveden sam, imam dvoje dece.

Učesnik sam mnogih seminara i simpozijuma iz oblasti edukacije kadrova u Srbiji, Nemačkoj i Luksemburgu.

Posebna interesovanja iskazujem za putovanja, šah i umetnost.

Živanović Radovan
Mauerstr. 98
52064 Aachen
Bundesrepublik Deutschland
Tel. 99 49 0172 25 49 882
Srbija: 011/2164-234