



Dornige Rosen

Bulgarien ist nach dem Krieg im Kosovo touristisches Brachland. Allein die Schwarzmeerküste war den wenigen Urlaubern bisher eine Reise wert.

Das Landesinnere ist hingegen sogar für das bulgarische Fremdenverkehrsamt nur ein weißer Fleck auf der Landkarte.

Für Farbe will nun ein Tourismusprojekt sorgen. Ein neues Marketingkonzept streut den Schwarzmeertouristen Rosen auf den Weg.

Dierk Jensen

Das farbenfrohe Rosenfest in Kazanlak, der größten Stadt im zentralbulgarischen Tal der Rosen war soeben vorbei, als Manol Dimitrov seinem Ärger Luft machte. „Tonnenweise Prospekte vom Schwarzen Meer stapeln sich bei uns, aber wir haben kein einziges Exemplar von Zentralbulgarien vorrätig!“, schimpfte der Direktor des Bulgarischen Fremdenverkehrsamtes in Frankfurt.

In Dimitrovs Ärger spiegelt sich das gegenwärtige Dilemma der bulgarischen Tourismusbranche wider: Seitdem die zentralen Informationsstrukturen der staatssozialistischen Ära weggebrochen sind, fehlt es bisher überall noch an Kommunikation und Koordination. Einen Gesamtentwurf darüber, wie sich das Balkanland künftig als Reiseland präsentieren will, gibt es nicht. „Unsere Kunden fragen, ob zum Rosenfest noch Hotelzimmer frei sind“, sagt Manol Dimitrov. Eine aktuelle Hotelliste liegt ihm in Frankfurt jedoch nicht vor. „Deshalb müssen wir in Kazanlak direkt anrufen. Da sagt man uns, dass die Zimmer während des Rosenfestes 100 Dollar pro Nacht kosten würden.“ Der stolze Preis steht in keinem Verhältnis zu den sonstigen Preisen in Bulgarien. Und das, wo es nach dem Ende des Krieges im Kosovo ohnehin schwer genug ist, ausländische Urlauber in das Land südlich der Donau zu locken.

Dabei hat Bulgarien mehr zu bieten als den Massentourismus am Schwarzen Meer. Das bulgarische Hinterland geizt nicht mit Reizen: Berge, Hügel, Seen, Walnuss-Alleen und weite Felder prägen die poetische Landschaft. Auch das Tal der Rosen, das in Ost-West-Richtung zwischen den Mittelgebirgen des Balkan und des Sredna Gora liegt, ist eine Reise wert. Das regionale Zentrum ist die Stadt Kazanlak, wo rund 70 000 Einwohner leben. Viele Menschen dort sind arbeitslos. Die Waffenfabrik Arsenal, in der einst mehr als 10 000 Menschen die meisten Kalaschnikoffs

außerhalb der Sowjetunion herstellten, wird nur noch abgewickelt. Um die einst staatliche Destilliererei Bulgarska Rosa ist es kaum besser bestellt. Der Betrieb produziert keinen Tropfen Rosenöl mehr. Die maroden Reste der Staatswirtschaft liegen brach.

Schlummerndes Potenzial

Aber trotz aller Rückschläge: In der Privatwirtschaft bewegt sich etwas. Neue Betriebe übernehmen Schritt für Schritt die traditionsreiche, teure Rosenölproduktion, und in der Landwirtschaft zeigen sich nach zäher Reprivatisierung erste Erfolge. Der Fremdenverkehr steht ebenfalls vor einem Neubeginn. Das landschaftlich reizvolle Zentralbulgarien ist für die Bulgaren selbst ein beliebtes Ferientziel. Die Tourismuswirtschaft hofft künftig aber auch auf mehr ausländische Urlauber, die vom Schwarzen Meer einen Abstecher in die Region machen.

Das Preisgefüge im Rosental ist sicherlich supergünstig. „Doch fehlte es bisher an einem ausgereiften Marketingprofil“, bemängelt Elmar Kunz von der Beratungsgesellschaft Gugg & Hank-Haase. Die Agentur soll dem Tal der Rosen im Auftrag der GTZ touristische Impulse geben. „Wir erarbeiten die Konturen eines Tourismusproduktes und versuchen, es dem Kunden zu vermitteln“, sagt Elmar Kunz im neuen Tourist Info in Kazanlak. Sein Kollege Stefan Krell stellt derweil ebenso deutlich klar, was die Agentur nicht tut: „Wir bringen kein Geld. Wir bringen auch keine deutschen Touristen mit. Das ist das Erste, was ich unseren bulgarischen Partnern bei der Beratung mit auf den Weg gebe.“

Der Tourismus im Herzen Bulgariens muss sich neu entwickeln. „Die Buchungen für das Schwarze Meer sind in diesem Frühjahr dramatisch zurückgegangen“, sagt Manol Dimitrov. Der Direktor des bulgarischen Fremdenverkehrsamtes in Frankfurt hofft zwar, dass die Buchungszahlen nun wie-

der ansteigen wird. Bis jedoch die Zahl von 260 000 deutschen Besuchern aus der Saison '98 wieder erreicht ist, wird es bestimmt noch etwas dauern.

Über Serbien einzureisen, ist seit dem Krieg im Kosovo fast unmöglich. Die Donaubrücken sind zerstört. Der Landweg über Ungarn und Rumänien bedeutet einen Umweg von fast 1000 Kilometern. Zudem hat sich Bulgarien vom postsozialistischen Trauma noch nicht endgültig befreit. Gänzlich unvorbereitet wurde das Land mit der Marktwirtschaft konfrontiert. Dienstleistung ist auch zehn Jahre nach dem Zusammenbruch noch nicht ausgeprägt. Der Reisende erlebt das am Bahnhof in Sofia



ebenso wie an der Hotelrezeption. Ohne Dienstleistung ist jedoch an eine touristische Weiterentwicklung nicht zu denken.

Die Partneragentur der GTZ vermittelt deshalb in der Tourismusschule von Kazanlak Grundwissen in Hotellerie und Gastronomie. „Wir geben Denkanstöße, wie man das Angebot verbessert und zeigen, welche Möglichkeiten in der Sache liegen“, sagt Elmar Kunz. Die Angebote vermitteln Know-how und stellen Kontakte zu deutschen Reisebüros her. Die Erfolge in der touristischen Entwicklungszusammenarbeit werden sich erst langfristig einstellen. „Der Rücklauf braucht Zeit“, sagt Elmar Kunz und holt damit allzu hoch fliegende Erwartungen auf den Boden der Tatsachen zurück.

Das alljährlich am ersten Wochenende im Juni gefeierte Rosenfest zeigt indes, was heute schon in Kazanlak möglich

ist. Das Provinznest verwandelt sich in diesen Tagen in eine pulsierende Stadt, in der mehr Leute in den Straßencafés sitzen, als zur Arbeit gehen. Die jüngere Generation genießt die neuen Freiheiten. Junge, kräftig geschminkte Bulgarinnen flanieren auf hohen Plateaus und in kurzen Minis durch die Straßen, und in den Parks wird bis in die Nachtstunden gesungen. Volkstanzgruppen spielen auf. Der Höhepunkt der Rosentage ist das Schaufplücken der Damascena Rosen außerhalb der Stadt. Ein Paragleiter versprüht Rosenöl aus der Luft. Zur Krönung der Rosenkönigin erscheint manch einer mit einem Rosenkranz um den Kopf. Für Schwarzmeerurlauber, die eine Reise ins Landesinnere machen wollen, bietet das neue Tourismusprogramm außerdem eine Reihe von Ausflügen an: zur orthodoxen Kirche in Cipka, zum Kloster in Magliz, in den Kurort Pavel Bano oder in das Museumsdorf Koprivstica. ■

Nicht nur ein touristisches Schauspiel: Die Kosmetikindustrie in Kazanlak will ihr Traditionsprodukt Rosenöl aufwerten.



Schule für Tourismus

Die Lage: Im landschaftlich reizvollen Zentralland von Bulgarien liegt der Fremdenverkehr am Boden.

Das Ziel: Das Tal der Rosen in der Region Kazanlak soll touristisches Profil erhalten.

Das Konzept: Beratung für Dienstleister im Fremdenverkehr.

Die Partner: die lokale Tourismuswirtschaft.

Kosten: Das BMZ unterstützt das Projekt zur Förderung des Tourismus in der Region Kazanlak bisher mit 400 000 Mark.