

**Zeitschrift
für die Regionale
Wissenschaft**



Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft

Dezember 2012 Volumen III Nummer 1

**Zeitschrift
für die Regionale
Wissenschaft**

Hellenischer Verband
der Regionalen Wissenschaftler

Dezember 2012
Volumen III
Nummer 1



Deutsche Ausgabe
ISSN: 1792-8060 Print
ISSN: 1792-8087 On line

H.A.R.S. - RSI J – KIIE - R ICR – ZRW

Editorial Board 2011 – 2012

The Board of the HELLENIC ASSOCIATION OF REGIONAL SCIENTISTS H.A.R.S. 2011-2012

[H.A.R.S. is a Think Tank of groups of people with multidisciplinary work in the fields of Regional Science, which occurs with the selfless contribution of participants who offer their work to the global scientific community]

President and Chair, Journals Management Committee (RSI J – KIIE - R ICR – ZRW)

Dr Christos Ladias

Legal Committee

Lukas Apostolidis, Associate Professor Dimitrios Panagiotopoulos, Assistant Professor Panagiotis Kribas, Dr Leandros Lefakis, Dr Angelika Kallia, Dr Evaggelos Mallios, Athanasios Papatathanasis

Advisors

Associate Professor Georgios Korres, Associate Professor Stephanos Karagiannis, Dr Apostolos Parpairis, Dr Nikolaos Chasanagas, Nikolaos Zacharias, Dimitrios Kouzas, Esaias Papaioannou, Antonia Obaidou, Maria Karagianni

Chief Executive

Vilelmini Psarriano

Conference Co-ordinator

Dr Stylianos Alexiadis

International Relations Coordinator

Dr Aikaterini Kokkinou, Antonia Obaidou

Student Observer

Eleonora Stavrakaki

Secretariat

Dr Chrisa Balomenou, Dr Fotios Chatzitheodoridis, Dr Nikolaos Karachalis, Dr Panagiota Karametou, Chrisoula Kouza, Maria Botsari, Victor Atoun, Iosif Atoun, Eleftheria Gkrimpa Maria Rigaki, Konstantina Mantzavinou, Konstantina Georgiou, Nikolaos Alampanos, Elektra Katsiantoni, Dora Kyriazopoulou, Anna Maria Giallousi De-Boorder, Eleni Koursari, Eleni Hinopoulou, Aggeliki Koursari, Elena Stournara, Dimitrios Ladias, Chrisanthi Zisimopoulou, Maria Oikonomou, Athanasios Kouloupoulos, Christos Morres, Socrates Chitas, Maria Karagianni, Nikolaos Motsios, Apostolos Tsapalas, Victoria Frizi, Apostolos Ladias, Vasiliki Petrou, Areti Zioga, Nikoleta Giesil, Kyriakos Katsaros, Filippou Rountzos, Katerina Kotsiopolou, Nilos Kotsiopoulos, Dimitra Tsetsoni, Maria Kousantaki, Chaim Kapetas, Vasilios Karvounis, Ted Galanos, Aggela Triki, Eleni Zioga, Loukia Tsana, Andriana Katsantoni, Efsrosini Makri

Regional Science Inquiry Journal

Managing Editor

PROFESSOR MARIA GIAOUTZI
Department of Rural and Surveying Engineering,
National Technical
University of Athens, Greece

Hon. Managing Editor

PROFESSOR PETER NIJKAMP
Free University Faculty of Economics and Business
Administration, Department of Spatial Economics
Amsterdam, the Netherlands

Editors

PROFESSOR IOANNIS MOURMOURIS
Department of International Economic Relations and
Development, Democritus University of Thrace,
Greece

PROFESSOR EMMANUEL MARMARAS
Department of Architecture
Technical University of Crete, Greece

PROFESSOR PANAGIOTIS REPPAS
Department of Economic and Regional Development
Panteion University, Greece

PROFESSOR JOSE ANTONIO PORFIRIO
Departamento de Ciencias Sociais de Gestao
Universidade Aberta, Lisboa, Portugal

PROFESSOR PAOLO MALANIMA
Department of Economic History and Economics
Magna Graecia University in Catanzaro, Italy

PROFESSOR RADOVAN STOJANOVIC
Faculty of Electrical Engineering
University of Montenegro, Podgorica, Montenegro

PROFESSOR RUDIGER HAMM
Department of Business Administration and
Economics Niederrhein
University of Applied Sciences, Germany

PROFESSOR GEORGE KARRAS
Department of Economics
University of Illinois, Chicago, USA

PROFESSOR IOANNIS YFANTOPOULOS
Faculty of Political Science & Public
Administration National & Kapodistrian University
of Athens, Greece

Vis. PROFESSOR KONSTANTINA ZERVA
Dept de Economia y Facultad de Turismo
Universidad de Girona, Espania

PROFESSOR PETROS KIOXOS
Department of Economic Sciences
University of Piraeus, Greece

PROFESSOR MINAS AGGELIDIS
Department of Architecture National Technical
University of Athens, Greece

PROFESSOR JOSE VARGAS HERNANDEZ,
Departament de Mercadotecnia y Negocios
Internacionales, Universidad de Guadalajara,
Mexico

PROFESSOR PANAGIOTIS LIARGOVAS
Department of Economics
University of Peloponnese, Greece

PROFESSOR THEODORE PELAGIDIS
Department of Maritime Studies
University of Piraeus, Greece

PROFESSOR EFSTATHIOS TSACHALIDIS
Department of Forestry and Environmental
Management Democritus University of Thrace,
Greece

PROFESSOR MOH'D AHMAD AL-NIMR
Mechanical Engineering Department
Jordan University of Science and Technology, Irbid
– Jordan

PROFESSOR IOANNIS MAZIS
Department of Turkish and Modern Asian Studies
National and Kapodistrian
University of Athens, Greece

PROFESSOR SPYROS VLIAMOS
Department of Philosophy and History of Science
National and Kapodistrian University of Athens,
Greece

PROFESSOR NAPOLEON MARAVEGIAS
Department of Political Science and Public
Administration National and Kapodistrian
University of Athens, Greece

PROFESSOR CHARALAMPOS BOTSARIS
Department of Regional and Economic Development
Universität Zentralgriechenlands

PROFESSOR PANTELIS SKAYANNIS
Department of Planning and Regional Development
University of Thessaly, Greece

PROFESSOR ELENI KAPETANAKI-BRIASOULI
Department of Geography
University of the Aegean, Greece

PROFESSOR GEORGE CHIOTIS
Department of Economic Sciences
Athens University of Economics and Business,
Greece

PROFESSOR DIMITRIOS DIONISIOU
Department of Senior Mathematics
Hellenic Air Force Academy, Greece

PROFESSOR LOIS LAMPRIANIDIS
Department of Economic Sciences
University of Macedonia, Greece

PROFESSOR PARIS TSARTAS
Department of Business Administration
University of the Aegean, Greece

PROFESSOR YUZARU MIYATA
Department of Architecture and Civil Engineering
Toyohashi University of Technology, Japan

PROFESSOR GEORGIOS MERGOS
Department of Economic Sciences
National and Kapodistrian University of Athens,
Greece

PROFESSOR NIKOLAOS KYRIAZIS
Department of Economic Sciences
University of Thessaly,
Volos, Greece

PROFESSOR VIRON KOTZAMANIS
Department of Sociology
University of Thessaly, Greece

PROFESSOR FATMIR MEMA
Faculty of Economics
University of Tirana, Albania

PROFESSOR IOSIF STEFANOU
Department of Architecture
National Technical University of Athens, Greece

PROFESSOR
ANASTASIA ATHANASOULA-REPPA
Department of Pedagogy, High School of
Pedagogical and Technological Education, Greece

PROFESSOR
EVANTHIA MAKRI - BOTSARI
Department of Pedagogy, High School of
Pedagogical and Technological Education, Greece

PROFESSOR
GEORGE POLICHRONOPOULOS
School of Business Administration and
Economics, Technological Educational Institute of
Athens, Greece

PROFESSOR
MIRA VUKCEVIC
Faculty of Metallurgy and Chemical Technology
University of Montenegro, Podgorica, Montenegro

ASSOCIATE PROFESSOR
VICENTE ROYUELA
Department of Econometrics, Statistics and Spanish
Economy
University of Barcelona, Spain

ASSOCIATE PROFESSOR
GEORGE KORRES
Department of Geography
University of the Aegean, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
STEFANOS KARAGIANNIS
Department of Regional Economic Development
Universität Zentralgriechenlands

ASSOCIATE PROFESSOR DARCIN AKIN
Department of City and Regional Planning
Gebze Institute of Technology, Turkey

ASSOCIATE PROFESSOR
JAN SUCHACEK
Department of Regional and Environmental
Economics Technical University of Ostrava, Czech
Republic

ASSOCIATE PROFESSOR
MIHAIL XLETOS
Department of Economic Sciences
University of Ioannina, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
ANASTASIA STRATIGEA
Department of Geography and Regional Planning
National Technical University of Athens

ASSOCIATE PROFESSOR
ELIAS PLASKOVITIS
Department of Economic and Regional
Development, Panteion University, Athens,
Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
HELEN THEODOROPOULOU
Department of Home Economics Ecology,
Harokopion University, Athens, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
PANTELIS SKLIAS
Faculty of Social Sciences
University of Peloponnese, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
EVANGELIA GEORGITSOYANNI
Department of Home Economics Ecology,
Harokopion University, Athens, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
GEORGIA KAPLANOGLOU
Department of Economic Sciences
National and Kapodistrian University of Athens,
Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
KONSTANTINOS TSAMADIAS
Department of Home Economics and Ecology
Harokopion University, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
LIDIA DRAKAKI – SAPOUNAKI
Department of Economic and Regional Development
Panteion University, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
TRIFON KOSTOPOULOS
Department of Sociology,
Panteion University,
Athens, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
BENIAMINO MURGANTE
Department of Laboratory of Urban and Territorial
Systems
University of Basilicata, Italy

ASSISTANT PROFESSOR
MARIUSZ SOKOLOWICZ
Faculty of Economics and Sociology
University of Lodz, Podgorica, Poland

ASSISTANT PROFESSOR
JOAO MARQUES
Department of Social and Political Sciences
University of Aveiro, Portugal

ASSISTANT PROFESSOR
GEORGIOS SIDIROPOULOS
Department of Geography
University of the Aegean, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
ELENI PAPADOPOULOU
School of Urban-Regional Planning & Development
Engineering,
Aristotle University of Thessaloniki, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
ANASTASIA PSEIRIDOU
Department of Regional and Economic
Development, University of Central Greece

ASSISTANT PROFESSOR
GEORGIOS XANTHOS
Department of Sciences, Technological Educational
Institute of Crete, Greece

LECTURER ASPASIA EFTHIMIADOU
Master Program of Environmental Studies
Open University of Cyprus, Cyprus

LECTURER MAARUF ALI
Department of Computer Science & Electronic
Engineering
Oxford Brookes University, United Kingdom

LECTURER VICKY KATSONI
Department of Hospitality and Tourism Management
Technological Educational,
Athens, Greece

LECTURER NIKOLAOS MPENOS
Department of Economic Sciences
University of Ioannina, Greece

LECTURER NETA ARSENI POLO
Department of Economics
University “Eqrem Cabej”, Albania

LECTURER ALEXANDROS MANDHLA
RAS Department of Economics, University
Of Surrey, United Kingdom

RESEARCH FELLOW
PARK JONG - SOON
Development Institute of Local Government of
South Korea

Dr KATERINA KOKKINO
Department of Economics
Glasgow University, G. Britain

Dr STILIANOS ALEXIADIS
RSI Journal

Dr SOTIRIOS MILIONIS
RSI Journal

Dr MICHAEL ALDERSON
Director Project Development
University of Szent Istvan, Hungary

Dr PEDRO RAMOS
Faculdade de Economia, Universidade
de Coimbra, Portugal

Dr NIKOLAOS HASANAGAS
Faculty of Forestry and Natural Environment
Aristotle University of Thessaloniki, Greece

Dr DAMIANOS SAKKAS
University of Peloponnese, Greece

Dr CHRISTOS LADIAS
Department of Regional and Economic
Development, University of Central Greece
Livadeia, Greece

STAVROS RODOKANAKIS
Department of Social and Policy Sciences
University of Bath Clarendon Down, England

Members

PROFESSOR PETROS KOTSIPOPOULOS
Department of Senior Mathematics
Hellenic Air Force Academy, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
GEORGE TSOBANOGLIOU
Department of Sociology
University of the Aegean,
Mitolini, Greece

PROFESSOR DIMITRIOS MAVRIDIS
Department of Technological Educational
Institute of Western Macedonia, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
ALBERT QARRI
Vlora University, Albania

ASSOCIATE PROFESSOR
HIROYUKI SHIBUSAWA
Department of Architecture and Civil Engineering
Toyohashi University of Technology, Japan

ASSOCIATE PROFESSOR
GEORGE GANTZIAS
Department of Cultural Technology &
Communication University of the Aegean, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
DIMITRIOS LALOUMIS
Department of Technological Education
Institute of Athens, Greece

ASSOCIATE PROFESSOR
DIMITRIOS PANAGIOTOPOULOS
Department Physical Education
& Sport Science National and Kapodistrian
University of Athens,
Athens Greece

ASSISTANT PROFESSOR
VASSILIS KEFIS
Department of Public Administration
Panteion University, Athens, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
ZACHAROULA ANDREOPOULOU
Lab. Of Informatics
Faculty of Forestry and Natural Environment
Aristotle University of Thessaloniki, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
ELECTRA PITOSKA
Technological Institute of Florina, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
CHRISTOS STAIKOURAS
Department of Accounting and Finance
Athens University of Economics and Business,
Greece

ASSISTANT PROFESSOR
STELLA KYVELOU
Department of Economic and Regional Development
Panteion University, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
THEODOROS IOSIFIDIS
Department of Geography
University of the Aegean, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
DIMITRIOS SKIADAS
Department of International and European Studies
University of Macedonia, Greece

ASSISTANT PROFESSOR
GEORGIOS EXARCHOS
Technological Institute of Serres, Greece

LECTURER EVIS KUSHI
Faculty of Economy
University of Elbasan, Albania

LECTURER ELENI GAKI
Department of Business Administration
University of the Aegean, Greece

LECTURER MANTHOS DELIS
Department of Economic Sciences
University of Ioannina, Greece

LECTURER ROSA AISA
Departamento de Analisis Economico
University of Zaragoza, Spain

ASSISTANT PROFESSOR
AMALIA KOTSAKI
Department of Architectural Engineering
Technical University of Crete

LECTURER APOSTOLOS KIOXOS
Department of International and European Studies,
University of Macedonia, Greece

Dr KIRIAKI NIKOLAIDOU
Faculty of Political Science & Public
Administration, National & Kapodistrian University
of Athens, Greece

Dr GEORGIOS-ALEXANDROS SGOUROS
National and Kapodistrian
University of Athens, Greece

Dr BULENT ACMA
Department of Economics, Anadolu University, Unit
of Southeastern Anatolia, Turkey

Dr DRITA KRUIA
Faculty of Economics
Shkodra University, Albania

Dr LAMPROS PYRGIOTIS
RSI Journal

Dr KONSTANTINOS IKONOMOU
Department of Regional and Economic
Development, University of Central Greece

Dr KATERINA PARPAIRI
RSI Journal

Dr KHACHATRYAN NUNE
Head of the scientific research unit
University of Hohenheim, Stuttgart

Dr ANDREW FIELDSEND
Research Institut of Agriculture Economics,
Budapest, Hungary

Dr CRISTINA LINCARU
National Scientific Research Institut for Labor and
Social Protection, Bucharest, Romania

EFTERPI GERAGA
Department of Regional and Economic
Development, University of Central Greece
Livadeia, Greece

Critical Surveys Editors

Lecturer Aspasia Efthimiadou, Dr Sotirios Milionis,
Dr Georgios-Alexandros Sgouros, Dr Stavros
Ntegiannakis, Dr Anastasia Biska, Dr Christos
Genitsaropoulos

Book Review Editors

Dr Katerina Kokkinou, Dr Stilianos Alexiadis, Dr
Elias Grammatikogiannis, Dr Maria Mavragani,
Dimitrios Kouzas, Vilelmini Psarrianiou, Helga
Stefansson, Chrisoula Giannikopoulou, Antonia
Obaidou

Copy Editors

Associate Professor Georgios Korres, Assistant
Professor Panagiotis Krimpas, Dr Stylianos
Alexiadis, Dimitiris Kouzas

Publisher-Manager

Dr Christos Ladias

Κείμενα Περιφερειακής Επιστήμης (Kimeva Periferiakis Epistimis)

Managing Editor

Associate Professor
Georgios Korres

Hon. Managing Editor

Professor Charalampos Botsaris

Copy Editor

Dr Aikaterini Kokkinou

Editorial Assistant

Associate Professor
Stefanos Karagiannis

Publisher-Manager

Dr Christos Ladias

Members

Lecturer Fotis Kitsios, Assistant Professor Eleni
Papadopoulou, Vilelmini Psarrianiou

Investigacion en Ciencia Regional

Managing Editor

Lecturer Nela Filimon

Hon. Managing Editor

Professor José Vargas-Hernández

Copy Editor

Vis. Professor Konstantina Zerva

Editorial Assistant

Professor Cristiano Cechela

Publisher-Manager

Dr Christos Ladias

Members

Professor Ana Cristina Limongi Franca, Associate
Professor Francisco Diniz Assistant Professor Eloína
Maria Ávila Monteiro

Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft

Managing Editor

Professor Ioannis Mazis

Hon. Managing Editor

Professor Rudiger Hamm

Copy Editor

Assistant Professor
Panagiotis Kribas

Editorial Assistant

Associate Professor
Stefanos Karagiannis

Publisher-Manager

Dr Christos Ladias

Members

Associate Professor Trifonas Kostopoulos,
Dr Khachatryan Nune, Dr Nikolaos Chasanagas



Inhalt

	Seite
Editorial	7
1. Die Förderung Der Idee Eines Interdisziplinären Beitrags Zur Geographischen Analytischen Methode Der Geopolitik Vom Geographen Friedrich Ratzel. I. Mazis, A. Stogiannos	11
2. Die Regionalen Disparitäten In Griechenland. Der Wachstumsprozess Und Die Vergleichenden Vorteile Im Regionalbezirk Fokida, C. Ladias, C. Genitsaropoulos	19
3. Die Europäische Integration Unter Dem Aspekt Von Wirtschaft Und Politik, T. Kostopoulos	27
4. Interpersonale Kommunikation Als Notwendiges Funktionsmittel Am Beispiel Eines Museumsablaufs, D. Stavrakis	43
5. Verbände- Und Regionalforschung: Auf Dem Weg Zu Einer Überbrückung. Fallbeispiel Umweltpolitik Und Entwicklung Ländlichen Raums, N. Hasanagas	53
6. Tourismus Wirtschaftliche Und Regionale Entwicklung In Fremdenverkehrs-Ländern-Griechenland, S. Karagiannis	59
7. Zufriedenstellende Arbeitsverhältnisse: Eine Unbedingte Notwendigkeit Für Jede Gut Geführte Kultur-Institution Anhand Des <i>Beispiels Delphi</i>, M. Karagiannis, W. Psarriou	67
8. Kommunikationspolitische Maßnahmen In Griechischen Restaurants, C. Amiradis	75
Anweisungen Für Die Autoren	95

**Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft (ZRW)
Volumen III, Nummer 1, Dezember 2012**

Editorial

Der dritte Band der Zeitschrift für die regionale Wissenschaft (ZRW) umfasst acht Artikel von in ihrem Gebiet angesehenen Wissenschaftlern. Im Folgenden werden wir detailliert auf diese Artikel eingehen und anschließend werden wir erforschen, welche Erkenntnisse daraus zu ziehen sind.

Im ersten Artikel dieses Bandes, heben die Verfasser Dr. Ioannis Th. Mazis und Dr. Alexandros Stogiannos, Universität Athen, das wissenschaftlich vielfältige Werk von Friedrich Ratzel hervor, um es als Inspirationsquelle und Ausgangspunkt für die Ausarbeitung Interdisziplinärer Analytischer Modelle im Bereich der Politischen Geographie zu verwenden. Aus Ratzels Versuch, sich von der geodeterministischen Anschauung des Staates zu entfernen und ihm als eine nebst geographischen Aspekten auch auf soziologischen und politischen Aspekten basierende Einheit zu betrachten, entstand eine Tradition zu interdisziplinären analytischen Systemen. Sich dieser Tradition anschließend wird auch im Rahmen der griechischen Systematischen Geopolitischen Analyse von I. Mazis wahrgenommen, dass die Erforschung der internationalen Entwicklungen durch die Zusammenarbeit mehrerer Wissenschafts- und Forschungsbereiche für den Entwurf interdisziplinärer analytischer Modelle am effektivsten geleistet werden kann.

Der zweite Artikel von Christos Ap. Ladias und Christos D. Genitsaropoulos, Universität von Mittelgriechenland, Fakultät der Regionalen Wirtschaftsentwicklung, bietet eine Einführung in die Konzepte von Raum und Entwicklung und deren Zusammenhang, mit Schwerpunkt auf den regionalen Disparitäten in Griechenland. Die Regionalentwicklung des Bezirks Fokida wird als Fallstudie ausgewählt. Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt und Produktionssektoren werden erforscht und deren Größe wird im Vergleich zum nationalen Durchschnitt und vorigen Jahren geprüft. Der Grad des Wohlstandes des Regionalbezirks wird weiter aufgesucht, diesmal anhand von weiteren Variablen, womit eine Klassifizierung von Fokida im Vergleich zu anderen Regionalbezirken Griechenlands erfolgt. Bei der Gesamtauswertung des Wohlstandes behaupten die Verfasser jedoch, dass diese einzelnen Indikatoren die Situation nicht wirklichkeitsgetreu darstellen können. Demnach schlagen sie vor, dass die Methode der Hauptkomponentenanalyse (Principal Component Analysis-PCA) durchgesetzt werden soll, die die einzelnen Indikatoren je nach ihrem Gewicht mit einbezieht, um Fokida anhand des Gesamtindikators für Wohlstand zu klassifizieren.

Der nächste Artikel, verfasst von Tryphonas Kostopoulos, Associate Professor Panteion Universität für Sozial- und Politikwissenschaft, Fakultät für Soziologie, Athen, betrachtet die Europäische Integration, im Laufe ihrer Geschichte, im Bezug auf die regionalen Ungleichheiten als Folge der von den reichen Staaten ausgeübten Macht und der Anstrengung für die Aufrechterhaltung des kapitalistischen Produktionssystems. Dem Verfasser nach ist die Europäische Integration ein Vorwand zur Ausbeutung des wirtschaftlich schwachen Südens, die schon seit längerer Zeit von den reichen Staaten geplant wurde, um ihre Hegemonie zu verstärken. Die Währungsunion ist auf dem gleichen Ziel ausgerichtet. Diese Auffassungen scheinen starke historische Wurzeln zu haben, die im Artikel aufgezählt werden. Die Rolle Deutschlands als Führungsmacht in der EU wird besonders hervorgehoben und an historischen Beispielen erläutert. Die gescheiterte Europäische Verfassung wird als ein weiterer Versuch betrachtet, die schwachen Länder zu untergraben.

Im vierten Artikel handelt es sich um das Konzept der interpersonalen Kommunikation und wie sie im Bereich der Leitung eines Museums zur Verbesserung der darin bestehenden Beziehungen zwischen allen Beteiligten beitragen kann. Die Verfasser Dimitrios Stavarakis,

Gastprofessor an der Universität von Sorbonne Paris, Universität I Nancy 2 und an der Fachhochschule Amfissas Lamia, und Stephanos Karagiannis., (U.C.G) Universität Zentralgriechenlands, erforschen den Kommunikationsprozess und erkennen im Rahmen des Museumslebens zwei verschiedene Paare von Kommunikationspartnern: zum einen Archäologe/Museumsführer und Museumsbesucher, zum anderen Museumsdirektor und Arbeitnehmer. Falsche Interpretationen deren beabsichtigten Meldungen zu einander können einerseits zum unerwünschten Umgang der Museumsbesucher mit dem Museumspersonal führen, die sich auch auf das ganze Museum widerspiegeln; andererseits können sie zu negativen Beziehungen zwischen Direktoren und Arbeitnehmern führen, die das Berufsleben und das Erleben des Museumsbesuchs beeinträchtigen können. Die Schlussfolgerung lautet: eine erfolgreiche Kommunikation führt zu akzeptablen interpersonalen Beziehungen und die ihrerseits zu einem positiven Arbeitsklima.

Der fünfte Beitrag besteht aus einem Auszug aus dem Werk von Nikolaos Hasanagas „Äußere Handlungsfähigkeit und innere Strukturen von Organisationen“ (Ibidem-Verlag, 2004) und befasst sich im Rahmen der Regionalforschung mit der räumlichen Ausbreitung eines Verbandes, der dadurch Zugang zu lokaler Information, lokalen Anlaufstellen und lokaler Bevölkerung erlangen kann. Untersucht werden diese Aspekte in Anbetracht der Umweltorganisationen und deren, die sich mit der Entwicklung der ländlichen Gebiete auseinandersetzen. Es wird vom Verfasser festgestellt, dass die Ausbreitung einer Top-down-entwickelten Organisation mit vielen lokalen Stellen, die eine exekutive Rolle und keine Entscheidungstreffung ausüben, die Organisation verstärkt, während die räumliche Ausbreitung einer Bottom-up-entstandenen Organisation, bzw. einer Koalition, ihre Machtentwicklung verhindert.

Stephanos Karagiannis, (U.C.G) Universität Zentralgriechenlands, analysiert den eventuellen Beitrag des Tourismus zur wirtschaftlichen und regionalen Entwicklung. Anhand Kosten-Nutzen-Analysen sind die Auswirkungen des Fremdenverkehrs insbesondere im Wirtschafts-, Gesellschafts- und Umweltbereich abzuwägen. Obwohl die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus von räumlichen Faktoren abhängig sind, wird es im Ganzen eingesehen, dass sie sich positiv auch auf dem Bereich der Arbeitsbeziehungen auswirken. In Griechenland sind zwar diese Analysen aufgrund Mangels an erforderlichen Daten unzuverlässig, und es wird auch verstanden, dass Tourismus nicht als Zauberformel dienen kann, aber mit einer zutreffenden Unterstützung und gesetzlicher Regelung, kann er den Wachstum vorteilhaft beeinflussen.

Der Artikel von Maria St. Karagiannis, Universität Athen, Fakultät für Klassische Philologie und Wilemini Psarrianiou, Fakultät für Politikwissenschaft an der Universität Athen, setzt sich mit den zufriedenstellenden Arbeitsverhältnissen als Bedingung für den einwandfreien Betrieb der Kulturinstitutionen des Landes auseinander. Ein positives Betriebsklima, in welchem alle ihrer Rolle und der Auswirkung der Beziehungen miteinander bewusst sind, ist für die Zufriedenstellung von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und Besuchern notwendig. Dazu bedienen sich die Verfasserinnen einer Fallstudie, die die Kulturstätte Delphi berücksichtigt. In Anbetracht der Tatsache, dass die guten Beziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern sich auf die Zufriedenstellung der Besucher widerspiegelt und nur dadurch eine erfolgreiche Übermittlung unserer Kultur möglich ist, bieten die Verfasserinnen einen Anreiz für die Forschung in den Gebieten Kommunikation und „Human-Relations“ und fordern den Einsatz der zuständigen Behörden.

Der letzte Beitrag, ausgeführt von Christos Amiradis, Fakultät für Fremdenverkehr, Fachhochschule Larissa, befasst sich mit der Kommunikationspolitik im Bereich der Servicegastronomie. Darunter wird erforscht, inwiefern Marketing und Kommunikationspolitische Praktiken in diesem Bereich in Griechenland angewendet werden und ob sie den Betrieb fördern. Das wird anhand einer Fallstudie mit einer Stichprobe von 34 Restaurants in Athen untersucht. Die marktorientierten Faktoren eines Unternehmens, so wie

Produkt, Preis, Standort werden zunächst berücksichtigt, damit schließlich der entscheidende kommunikationspolitische Faktor im Einzelnen analysiert werden kann. Darunter werden die wesentlichen Kommunikationsmittel, so wie verschiedene Arten von Werbung und Verkaufsförderung, weitergehend berücksichtigt. Aus der Studie ergibt sich, dass Werbung in Form von „von Mund zu Mund“ und neue Medien und Verkaufsförderung in Form von Rabatt angewendet werden und dass schließlich die Motivierung und Ausbildung des Personals in der kommunikationspolitischen Ebene eine wichtige Rolle spielen.

Zuständig für das Editorial

Prof. Ioannis Th. Mazis

Prof. im Bereich „Wirtschaftsgeographie“
Abteilung für türkische und moderne asiatische Studien
Universität Athen (Griechenland)

Chef vom Dienst

Prof. Charilaos Kephaliakos

Prof. de Sciences Economiques
Université de Toulouse
Ecole Nationale de Formation Agronomique
Frankreich

Prof. Alain Buzelay

Directeur du Department Sciences Economiques
de gestion et du Centre Européen Universitaire NANCY- Université
Chargé d'enseignement à l'université de Paris 1 Panthéon – Sorbonne
Frankreich

und

Ass.-Prof. Panagiotis G. Krimpas

Ass.-Prof im Bereich "Terminologie und Übersetzen"
Universität „Demokrit“ zu Thrakien
Seminar von Sprache, Philologie und Kultur der Mittelmeerstaaten
Griechenland

- Freiwillige Mitarbeit für die Übersetzung des Journals:

Silvia Lubitz Skaramangas – Journalistin

Die Förderung der Idee eines interdisziplinären Beitrags zur Geographischen Analytischen Methode der Geopolitik vom Geographen Friedrich Ratzel.

Prof. Dr. Ioannis Th. Mazis

UNIVERSITÄT ATHEN

MAZIS@HER.FORTHNET.GR

UND

Dr. Alexandros Stogiannos

UNIVERSITÄT ATHEN

ASTOGIANNOS@KGGK.GR

Zusammenfassung: Friedrich Ratzel's interdisziplinäre politisch-geographische Analyse widerspiegelt sich in den nachfolgenden Systemen von R. Kjellen, N. Spykman und I. Mazis. An diese Tradition knüpfend erforscht die griechische Systematische Geopolitische Analyse die Ausarbeitung einer haltbaren theoretischen Grundlage, welche die Kooperation aller sich mit den internationalen Entwicklungen beschäftigender wissenschaftlicher Felder ermöglicht und zur Entwicklung wissenschaftlicher Interdisziplinärer Analytischer Modelle (Interdisciplinary Analysis Models) führen kann. **Schlüsselwörter:** Interdisziplinarität, Geopolitik, Politische Geographie, Friedrich Ratzel, Rudolf Kjellen, Nikolas Spykman, Geopolitische Komponente, Interdisciplinary Analysis Models

1. Einleitung

Friedrich Ratzel's vielfältige wissenschaftliche Interessensphäre lässt sich mühelos belegen, da er in seiner äußerst produktiven Laufbahn in eine große Vielfalt wissenschaftlicher Felder eingetreten ist. Das belegt ein Überblick seiner etwa 1240 Titel, die sich von der Zoologie, der Geologie und der Vergleichenden Anatomie, über die Anthropogeographie, die Völkerkunde, die Politische Geographie und die Biogeographie bis hin zur Schulgeographie und zur Naturschilderung erstrecken.

Diese interdisziplinäre Tätigkeit (es sei darauf hingewiesen, dass Ratzel's Wirkung in einigen dieser Wissenschaften bahnbrechend und nachhaltig war) sollte aber nicht als eine Aufeinanderreihung sich parallel entwickelnder Forschungsprojekte wahrgenommen werden, sondern als eine sich in Ratzel's Gedankengang progressiv durchsetzende Konstante, die graduell zum Entwurf eines politisch - geographischen Systems geführt hat.

Im Folgenden wird der Versuch unternommen, dieser interdisziplinären Konzeption im Rahmen der ratzelschen Politischen Geographie nachzugehen, sie anderer geopolitischer analytischer Systeme schematisch gegenüberzustellen und letztendlich ihre Auswirkung auf die griechische Systematische Geopolitische Analyse zu verdeutlichen.

2. Ratzel's interdisziplinäre Ansätze in Theorie und Praxis

Ratzel's multidimensionale Analysensystematik lässt sich schon anhand seiner Staatsauffassung verfolgen. In der *Politischen Geographie* lässt er keine Zweifel daran, dass außer der Bodenständigkeit auch weitere, soziologische und politische Faktoren eine Staatsexistenz ausmachen, so ließe sich die Auseinandersetzung mit Problemen aus dem Bereich der Soziologie und der Politikwissenschaft nicht vermeiden.¹

Diese Konzeption wird konsequent auch auf die Politische Geographie übertragen, die nicht als bloße Staat–Boden Relation, sondern als ein komplexeres Gefüge geographischer und sozialer Wechselwirkungen begriffen wird. Allerdings versäumt Ratzel, diese multifaktoriale Einstellung in der *Politischen Geographie* deutlich zu formulieren, was wiederholt zu einer einseitigen – sich auf den territorialen Aspekt begrenzenden - geodeterministischen Interpretation seines Werkes geführt hat. Zur exakten Definition der Politischen Geographie kommt er erst zwei Jahre nach der ersten Ausgabe des gleichnamigen Buches in der Einleitung der 2. Ausgabe seines USA Werkes, wo er die Politische Geographie epistemologisch erläutert: *Die tellurischen Tatsachen auf dem Grunde der politischen und wirtschaftlichen Erscheinungen festzustellen und zu beschreiben, das ist ihre [der politischen Geographie] unzweifelhafte erste Aufgabe, auf die die Beschreibung der Größe, Lage und Gestalt dieser Erscheinungen folgt [...] Die politische Geographie ist auch angewandte Ethnographie. Sie sucht neben der Beschreibung des Landes die des Volkes in womöglich gleicher Ausführlichkeit und Genauigkeit zu geben.*²

Sowohl aufgrund seiner Staatsauffassung, als auch auf der Basis der Definition der Politischen Geographie lässt sich eindeutig der interdisziplinäre Charakter der ratzelschen Politischen Geographie feststellen, deren Forschungsgebiet physisch-geographische, anthropogeographische, politische, kulturelle, wirtschaftliche und ethnographische Aspekte in ihrer Wechselwirkung impliziert.

Die oben vorgeführten theoretischen Ansätze werden von Ratzel nicht nur theoretisch formuliert, sondern auch in der Praxis mehr oder weniger konsequent umgesetzt, was aus vielen seiner Schriften deutlich zu entnehmen ist.

Schon ab 1878 lässt sich Ratzel's methodische Vorgehensweise erkennen, als er im Text *Die Beurteilung der Völker* den Versuch unternimmt, ein Ordnungssystem der ein Volk stärkenden Faktoren zu entwerfen. Dabei untersucht er die Rolle der Familie, der geistigen und wissenschaftlichen Errungenschaften, der Arbeit und der Wirtschaft, der Intellektuellen und der großen Politiker, des Gemeinschaftsgefühls, der Sprache und der Nationalen Identität, der Abstammung, der Auswirkung des aufgehenden zu seiner Zeit Kosmopolitismus, der Demographie.³

In seiner Analyse über die Orientalischen Fragen⁴ kommt Ratzel's multifaktorielle Betrachtung viel deutlicher zum Ausdruck, da er sich mit dem ganzen Spektrum der in der Definition der Politischen Geographie aufgeführten Teilkkräfte (Politik, Wirtschaft, politische Ethnographie) befasst. In diesem Rahmen analysiert er in Wechselwirkung stehende wirtschaftliche, politische,

¹Ratzel, F. (1923)., *Politische Geographie*, S. IV.

² Ratzel, F. (1893)., *Die Vereinigten Staaten von Amerika*. Zweiter Band. Politische und Wirtschafts-Geographie. 2. Aufl., S. VI.

³ Ratzel, F. (1878)., «Die Beurteilung der Völker». *Nord und Süd*, Nr. 2, S. 178 – 200

⁴ Ratzel, F. (1906)., «Die Orientalischen Fragen». *Kleine Schriften*, Bd. 2, R. Oldenbourg, München und Berlin, S. 355 – 374; Ratzel, F. (1897)., «Die griechische Frage». *Die Gegenwart*, Bd. LII, Nr. 40, S. 112

kulturelle, ethnologische und geschichtliche Gegebenheiten und bezieht sich sogar auf Elemente der Massenpsychologie und der Rolle der Presse.⁵

Aber auch seine Auffassung über die europäische Architektur⁶ wird polyparametrisch untermauert: Ratzel übertrifft die Entwürfe seiner Zeitgenossen über eine finanzielle Vereinigung der Mitteleuropäischen Länder und fordert zur Einbeziehung von Frankreich und Italien auf, indem er sich auf kulturelle, finanzielle, geographische und politische Gegebenheiten dieser Region bezieht.⁷

3. Interdisziplinarität im Rahmen des Leipziger Positivistenkränzchens

Ratzel's interdisziplinäres Engagement wurde nach seiner Berufung in Leipzig (1886) stark gefördert, einer Universitätsstadt in der sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts die Wechselwirkung von Ereignis und Geschichte, von „Leben“ und „Struktur“ als ein zentrales theoretisches Problem darstellte.⁸

Entstehungsquelle dieser differenzierten und besonders progressiven für ihre Zeit Auffassung war eine wissenschaftliche Gruppe anerkannter und bahnbrechender Wissenschaftler, die bekannt als *Das Leipziger Positivistenkränzchen* bekannt wurde. Das *Leipziger Positivistenkränzchen* (oder *Leipziger Schule*⁹) kam im letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts zusammen, als sich Spitzenwissenschaftler der Stadtuniversität auf wöchentlicher Basis im Café *Hannes* trafen. Außer Friedrich Ratzel gehörten dieser Gruppe der Philosoph und Psychologe *Wilhelm Wundt*, der Chemiker *Wilhelm Ostwald*, der Wirtschafts- und Kulturhistoriker *Karl Lamprecht* (mit dem Ratzel sogar das historisch-geographische Seminar gründete und somit die Kartographie als Beweismittel in der Geschichte einsetzte¹⁰) und der Nationalökonom und Zeitungswissenschaftler *Karl Bücher* an.

Ihre öffentlichen Debatten drehten sich um die Einheit der Wissenschaften, in einem Versuch das positivistische Postulat wissenschaftlichen Fortschritts durch empirische Untersuchungen und das Aufstellen von Gesetzmäßigkeiten mittlerer Reichweite mit dem holistischen Anspruch des deutschen Idealismus zu verknüpfen. Geist und Materie, Kultur und Natur sollten

⁵ Stogiannos, A. (2012)., Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos. S. 431

⁶ Ratzel, F. (1904)., «Der Mitteleuropäische Wirtschaftsverein», *Die Grenzboten*, 63. Jg, Nr. 5, S. 253-259; Ratzel, F. (1898)., «Politisch- geographische Rückblicke. I. Allgemeines. Mitteleuropa mit Frankreich», *Geographische Zeitschrift*, IV, S. 143-156.

⁷ Stogiannos, A (2012)., Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos. S. 372

⁸ Uner, E.(1998)., «Kulturtheorie an der Schwelle der Zeiten. Exemplarische Entwicklungslinien der Leipziger Schule der Sozial- und Geschichtswissenschaften». www.uener.com/kulturth.html

⁹ Elfriede Uener vertritt die Auffassung, dass dieser Leipziger Runde der Begriff *Leipziger Schule* in seiner vorkriegszeitlichen (2. Weltkrieg) Bedeutung zusteht: *vor dieser Zeit der extremen Spezialisierung wird auch von Schulen gesprochen, jedoch eher im Sinne lockerer sozialer Kreise bzw. einer geistigen Verbundenheit, die man als gemeinschaftliches wissenschaftliches Ethos definieren könnte; hier wäre die "Leipziger Schule" einzuordnen. Eine solche Schule hat eine Tiefenstruktur von gemeinsamen Wertorientierungen, die die wissenschaftliche Tätigkeit stets fundieren, die dem Forschen und Lehren einen gewissen "Stil" verleihen, ohne sie jedoch im Einzelnen festzulegen.* www.uener.com/kulturth.html

¹⁰ Middell, M. (2004)., Friedrich Ratzel, die Universität Leipzig und die Historiker

zusammengedacht werden können,¹¹ so waren die Leipziger Wissenschaftler auf der Suche nach einer nicht spekulativen, alle Einzelwissenschaften vereinigenden "positiven" Wissenschaftsphilosophie, welche alle Objekte, der Natur ebenso wie der Kultur, als durch die Einheit der menschlichen Erfahrung konstituierte begriff.¹²

Der holistische, interdisziplinäre Interpretationsrahmen des Leipziger Positivistenkränzchens, der die herrschende Thematik der zeitgenössischen philosophischen Strömungen ablehnte und gleichzeitig den Versuch unternahm, die historische Entwicklung multidimensional, auf empirischer Basis und durch die Anwendung positivistischer Methoden zu interpretieren, wird 1907 von W. Wundt durch den Begriff *Neue Metaphysik*¹³ zusammengefasst. Wundt greift die *klassische Metaphysik* wegen ihrer transzendentalen Interpretationen heftig an und fordert zur Überwindung des *partikularen Positivismus* (der einem menschlich begreiflichen Motiv entspringe, die Dinge für die wichtigsten zu halten, mit denen man sich beschäftigt) auf, in Richtung einer Synthese zwei kongruierender Auffassungen, jener die die Naturwissenschaften als „verantwortlich“ für die Lösung der Welträtsel hält, und der anderen, welche diese Zuständigkeit ausschließlich der Geschichte oder der Psychologie zuweist.¹⁴

In diesem Rahmen setzt sich Wundt für die Entwicklung einer Neuen Metaphysik ein, die inmitten der positiven Wissenschaften, unter den Physikern und Chemikern, Zoologen und Physiologen, Juristen, Nationalökonomern, Theologen und Historikern entsteht.¹⁵ Triebkraft dieser Neuen Metaphysik sei die Neigung zur Vereinheitlichung der menschlichen Vernunft, die sich nicht mit damit begnüge, das Einzelne zu erkennen und innerhalb der beschränkten Sphäre, der es zunächst angehört, mit anderem Einzelnen in Beziehung zu setzen, sondern zu einer Weltanschauung gelangen möchte, in der die getrennten oder nur lose verbundenen Bruchstücke des Wissens zu einem Ganzen geeint sind.¹⁶ Auf der Grundlage basierend, dass es dabei um ein positivistisches, wissenschaftliches und kein metaphysisches (im heutigen Sinne) System ginge,¹⁷ definiert Wundt die Metaphysik als einen auf der Grundlage des gesamten wissenschaftlichen Bewusstseins eines Zeitalters oder besonders hervortretender Inhalte desselben unternommene[n] Versuch, eine die Bestandteile des Einzelwissens verbindende Weltanschauung zu gewinnen. Darin liegt ausgesprochen, dass die Metaphysik weder ein unveränderliches noch auch nur ein immer in gleicher Richtung sich entwickelndes System sein kann.¹⁸

4. Multifaktorielle geopolitische Systeme und die griechische Systematische Geopolitische Analyse.

¹¹ Ebd.

¹² Üner, E. (1998), «Kulturtheorie an der Schwelle der Zeiten. Exemplarische Entwicklungslinien der Leipziger Schule der Sozial- und Geschichtswissenschaften». www.uener.com/kulturth.html

¹³ Wundt, W. (1908), «Metaphysik» S. 103: Wundt erklärt, dass der Gebrauch des Begriffs *Metaphysik* sich auf die Aristotelischen Werke bezieht, die „Nach der Physik“ (μετά τα φυσικά) kamen, und dass der Begriff *Metaphysik* im Sinn des „über die Natur Hinausgehenden“, welcher sich bis heute durchgesetzt hat, einer falschen Interpretation der Neuplatoniker zu verdanken ist.

¹⁴ Wundt, W. (1908), «Metaphysik», S. 105

¹⁵ Ebd., S. 105

¹⁶ Ebd., S. 106

¹⁷ Ebd., S. 106

¹⁸ Ebd., S. 106-107

Die Frage, in wieweit Ratzel die nachfolgenden geopolitischen Systeme in der Richtung einer vielseitigen und nicht monistischen Betrachtungsweise beeinflusst hat, erfordert die Durchführung sämtlicher ausführlicher vergleichender Studien. Dennoch wird durch eine schematische vergleichende Darlegung der Geopolitischen Komponenten¹⁹ nachfolgender Systeme erkenntlich, dass sich Ratzel's multidimensionale Annäherung bei Kjellen, Spykman und Mazis widerspiegelt, da alle vier Wissenschaftler ihre Systeme multifaktoriell konzipieren und übereinstimmende Komponenten geopolitischer Einflussnahme (Geopolitische Komponenten) in Betracht nehmen:

Primäre Komponenten Geopolitischer Ansätze ²⁰			
Ratzel ²¹	Kjellen ²²	Spykman ²³	Mazis ²⁴
Physische Geographie	Geopolitik ²⁵	Physische Geographie	Geographischer Raum
Mensch	Demopolitik	Bevölkerungsdichte/ Nationale Zusammensetzung der Bevölkerung	Kultur-/Verteidigungskomponente
Völkerkunde Wirtschaft Gesellschaft Kultur	Ökopolitik	Wirtschaftliche Strukturen	Wirtschaftskomponente
	Soziopolitik	Ideale und Werte des Volkes	Kulturkomponente
	Kratopolitik	Regierungsformen	Politik-/ Verteidigungskomponente
		Komplexe und Vorurteile der Außenminister	Verteidigungskomponente

Die Tradition der interdisziplinären Analytik prägt besonders das Lehrgebäude der griechischen Systematischen Geopolitischen Analyse, welche mittels geographischer Methoden auf die neutrale, objektive Analyse von vier, im Bereich der internationalen Entwicklungen den geopolitischen Einfluss bestimmenden, Geopolitischen Komponenten (Wirtschafts-, Politik-,

¹⁹ *Geopolitische Komponente*: Von Prof. Dr. Mazis eingeführter Begriff, sich auf die einzelnen Bereiche beziehend, die im Rahmen der Systematischen Geopolitischen Analyse als Träger geopolitischen Einflusses erforscht werden. Ihre zusammenhängende Bearbeitung mit geographischen Mitteln kann zum Entwurf eines möglichst ganzheitlichen geopolitischen analytischen Modells führen. Mazis I. (2002)., *Geopolitik. Theorie und Praxis*, S. 48, 111, 140.

²⁰ Stogiannos, A (2012)., Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos. S. 138

²¹ Stogiannos, A (2012)., Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos. S. 372

²² Kjellen, R. (1920)., Grundriss zu einem System der Politik. Kjellen's System hat Klaus Kost, in seinem Buch Die Einflüsse der Geopolitik auf Forschung und Theorie der Politischen Geographie von ihren Anfängen bis 1945, auf S. 45 sehr übersichtlich kodiert.

²³ Spykman, J. N. 2004 [1944]., *Geography of peace*, S. 45

²⁴ Mazis, I. (2002)., *Geopolitik. Theorie und Praxis*, S. 48, 111, 140.

²⁵ Es sei hier auf ein Missverständnis in der angewandten Terminologie hingewiesen: Der Gebrauch des Begriffs *Geopolitik* seitens Kjellen bezieht sich nur auf eine Teilkraft seines Systems, die mit der territorialen Erscheinung des Staates zusammenhängt. Ratzel's Politische Geographie sollte also nicht Kjellen's *Geopolitik*, sondern seinem ganzen System gegenübergestellt werden. Siehe: Stogiannos, A (2012)., *Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos*. S. 137

Verteidigungs- und Kulturkomponente) basiert.²⁶ Dieses breite analytische Spektrum erfordert natürlich den Einsatz entsprechender wissenschaftlicher Felder (d.h. die Zusammenarbeit aller sich mit den internationalen Entwicklungen beschäftigender Wissenschaftler, und zwar Geographen, Wirtschaftswissenschaftler, Mathematiker, Informatiker, Historiker, Juristen, Soziologen und Politikwissenschaftler) zwecks der Abfassung einiger die interdisziplinäre Kooperation bestimmenden Prinzipien und der Ausarbeitung möglicher methodologischer Auswege, wo immer sie epistemologisch akzeptabel, d.h. auch sozial verwertbar sind.²⁷

In dieser Richtung konzentriert sich die griechische Systematische Geopolitische Analyse auf die Entwicklung Interdisziplinärer Analytischer Modelle (Interdisciplinary Analysis Models), deren Entwurf zu einem gemeinsamen theoretischen Kern (hard core) bezüglich der Forschungsansätze im wissenschaftlichen Bereich der Internationalen Beziehungen und der Systematischen Geopolitischen Analyse führen könnte, eventuell auch zur Entwicklung gemeinsamer „Forschungsprogramme“.²⁸

5. Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurde zunächst der Versuch unternommen, der interdisziplinären analytischen Tradition in Bereich der Geopolitik nachzugehen. Diese Tradition geht zurück auf Friedrich Ratzel, der unter dem Einfluss der sich in Leipzig entwickelten holistischen Analytik in seiner Politischen Geographie das Fundament zu einer multifaktoriellen – und nicht geodeterministischen – Interpretation in den internationalen Entwicklungen mithilfe geographischer Mittel gelegt hat.

Wie die Systeme von R. Kjellen und N. Spykman, so knüpft auch die griechische Systematische Geopolitische Analyse von I. Mazis an das vielschichtige Lehrgebäude von Ratzel und an die Forderung nach einer interdisziplinären Annäherung der internationalen Entwicklungen, welche aber den Entwurf eines haltbaren, von allen beteiligten Seiten anerkannten epistemologischen Rahmens voraussetzt. Forschungsziel einer derartig breiten interdisziplinären wissenschaftlichen Gruppe – unter Koordination der Geographie und der aus ihr entsprungenen analytischen Methode, der Geopolitik²⁹ – ist die Entwicklung Interdisziplinärer Analytischer Modelle (Interdisciplinary Analysis Models).

²⁶ Mazis I. (2002)., *Geopolitik. Theorie und Praxis*, S. 48, 111, 140.

²⁷ Mazis, I. (unter Herausgabe)., Post-theoretische kritische Analyse der Internationalen Beziehungen und der Geopolitik im neu-positivistischen Rahmen. S. 24 (im getippten Prototyp)

²⁸ Mazis, I. (unter Herausgabe)., Post-theoretische kritische Analyse der Internationalen Beziehungen und der Geopolitik im neu-positivistischen Rahmen. S. 23 (im getippten Prototyp)

²⁹ Mazis, I. (unter Herausgabe)., Post-theoretische kritische Analyse der Internationalen Beziehungen und der Geopolitik im neu-positivistischen Rahmen. S. 10 (im getippten Prototyp)

6. Literaturverzeichnis

- KJELLEN, RUDOLF., *Der Staat als Lebensform*, S. Hirzel Verlag, Leipzig, 1917.
- KJELLEN, RUDOLF., *Grundriss zu einem System der Politik*, S. Hirzel Verlag, Leipzig, 1920.
- KOST, KLAUS, *Die Einflüsse der Geopolitik auf Forschung und Theorie der Politischen Geographie von ihren Anfängen bis 1945. Bonner geographische Abhandlungen, Heft 76*, 1988.
- MAZIS IOANNIS., «Writing Methodology of a Geopolitical Analysis. Structure, Concepts and Terms». [Chinise Institute of International & Stategic Studies & Defence Analyses Institute]. Defencor Pacis, May 2008, no 23, Special Issue. Defence Analyses Institute, 2008.
- MAZIS, IOANNIS., *Geopolitik. Theorie und Praxis*. Athen: ELIAMEP & Papazisis Verlag, 2002.
- MAZIS, IOANNIS., *Post-theoretische kritische Analyse der Internationalen Beziehungen und der Geopolitik im neu-positivistischen Rahmen*. Unter Herausgabe, Verlag PAPAISIS.
- MAZIS, IOANNIS. und STOGIANNOS, ALEXANDROS., «Die Boden - Staat Relation in Friedrich Ratzel's politisch-geographischer Lehre.» *Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft*, Band I (1), S. 11-20. Hellenic Association of Regional Scientists, Athen, 2011.
- MIDDELL, MATTHIAS., *Friedrich Ratzel, die Universität Leipzig und die Historiker*. Vorlesung im Rahmen der Ratzel-Gedächtniskonferenz „The Spaces of Ratzel's Geography— die in Leipzig (18.-20. November 2004) im *Leibniz-Institut für Länderkunde* veranstaltet wurde. Unveröffentlichtes Manuskript, 2004.
- RATZEL, FRIEDRICH, «Die griechische Frage». *Die Gegenwart*, Bd. LII, Nr. 40, S. 112, 1897
- RATZEL, FRIEDRICH., «Dardanellen und Nil I», *Die Grenzboten*, 54. Jg, Nr. 50, S. 513-522, 1895.
- RATZEL, FRIEDRICH., «Dardanellen und Nil II», *Die Grenzboten*, 54. Jg, Nr. 51, S. 561-568, 1895.
- RATZEL, FRIEDRICH., «Der Mitteleuropäische Wirtschaftsverein», *Die Grenzboten*, 63. Jg, Nr. 5, S. 253-259, 1904.
- RATZEL, FRIEDRICH., «Die Beurteilung der Völker». *Nord und Süd*, Nr. 2, S. 178 – 200, 1878.
- RATZEL, FRIEDRICH., «Die Orientalischen Fragen». *Kleine Schriften*, Bd. 2, S. 355 –

- 374, Εκδ. R. Oldenbourg, München und Berlin, 1906. Erste Ausgabe, *Das Leben*, Bd. 3, S. 230-245, 1897.
- RATZEL, FRIEDRICH., «Die Stellung der Naturvölker in der Menschheit». *Das Ausland*, 1882, v. 1., 1882
- RATZEL, FRIEDRICH., «Politisch- geographische Rückblicke. I. Allgemeines. Mitteleuropa mit Frankreich». *Geographische Zeitschrift*, IV, S. 143-156, 1898.
- RATZEL, FRIEDRICH., *Politische Geographie*. München und Berlin: R. Oldenbourg. Dritte Auflage, 1923.
- SCHÄFFLE, ALBERT., *Bau und Leben der sozialen Körpers*. 2. Auflage. Verlag der G. Laupp'schen Buchhandlung, Tübingen, 1896.
- SPYKMAN, J. NICHOLAS., *Geography of peace*. Griechische Übersetzung von P. Kelandrias, Einführung Prof. Dr. I. Mazis, GEOLAB & Papazisis, 2004 [1944].
- STOGIANNOS, ALEXANDROS., *Die moderne Interpretation von Friedrich Ratzel und der geodeterministische Mythos*. Der Fall der Orientalischen Frage. Dissertation an der Nationalen und Kapodistrischen Universität Athen, 2012.
- ÜNER, ELFRIEDE., «Kulturtheorie an der Schwelle der Zeiten. Exemplarische Entwicklungslinien der Leipziger Schule der Sozial- und Geschichtswissenschaften». *Archiv für Kulturgeschichte*, 80. Bd, Heft 2, S. 375 - 415, 1998. Heruntergeladen aus <http://www.uener.com/kulturth.html>
- WUNDT, WILHELM., «Metaphysik». *Systematische Philosophie*, Berlin und Leipzig, B.G. Teubner, S. 98-134, 1921

Die regionalen Disparitäten in Griechenland. Der Wachstumsprozess und die vergleichenden Vorteile im Regionalbezirk Fokida

Christos Ap. Ladías

caladías@otenet.gr

Christos D. Genitsaropoulos

cgenits@ucg.gr

Universität von Mittelgriechenland Fakultät über die Regionale Wirtschaftsentwicklung

Zusammenfassung: Diese Hausarbeit stellt anfänglich die Begriffe des Raums und der Entwicklung, als auch das regionale Problem und die Ursachen der regionalen Disparitäten in Griechenland vor. Anschließend untersucht sie als Fallstudie, der Grad des Wohlstandes des Regionalbezirks von Fokida nicht nur mit einfachen Indizes-Variablen, sondern auch mit dem Gesamtindikator für Wohlstand und Wachstum, der aus dem Gebrauch der Hauptkomponentenanalyse (Principal Component Analysis) hervorgeht. Außerdem, stellt sie das Produktionsprofil des Regionalbezirks vor.

Schlüsselwörter: Regionale Entwicklung, regionale Disparitäten, Hauptkomponentenanalyse (Principal Component Analysis), Grad des Wohlstandes, Regionalbezirk Fokida

1. Einführung in den Begriffen des Raums und der Entwicklung.

Die Variable des Raums wird als ein wichtiger Faktor der Entwicklung betrachtet, zumal bestimmte Probleme, wie zum Beispiel das verschiedene Pro-Kopf- Bruttoinlandsprodukt (BIP), Arbeitslosigkeit, Einkommen usw. verursachen Intensitäten auf der sozialen, wirtschaftlichen und politischen Ebene. Parallel dazu, die Probleme, die durch die soziale und wirtschaftliche Änderungen geschafft werden (wie in den letzten Jahren in Griechenland der Fall ist), beeinflussen direkt die Raumordnung während gleichzeitig die

betreffende Variable ständig eine größere Rolle im Zusammenhang mit dem sozialen und wirtschaftlichen Wohlstand spielt.

Das größte Problem, mit dem die heutigen Gesellschaften und im weiteren Sinne die Regionen konfrontiert sind, ist mit den Komplikationen verbunden, die die ungleiche Konzentration des Reichtums verursacht. Folglich beschränkt der Wachstumsprozess in einigen Punkten des Raums die Entwicklungsmöglichkeiten anderer Gebiete. Beispiel hierfür ist wie Isard³⁰ erwähnt, dass die Produktion anfänglich eine räumliche Dimension hat und wird in bestimmten geographischen Raum und in bestimmter Zeit verwirklicht.

Im Allgemeinen, folgt die Entwicklung andere Begriffe wie z.B. soziale, wirtschaftliche, kulturelle, technologische usw. Allerdings vorherrschen und werden hauptsächlich benutzt zwei Hauptbegriffe, die Wirtschaftsentwicklung und das Wirtschaftswachstum. Die oben genannten Begriffe sollen aber miteinander nicht gleichgesetzt werden, wie in den meisten Fällen passiert, weil das Wirtschaftswachstum eine positive Änderung in den wirtschaftlichen Größen einer

³⁰ Dank des amerikanischen Professors Walter Isard wurde die regionale Wissenschaft als eigenständiger Wissenschaftszweig gebildet.

Region zeigt, die mit der Erhöhung des erzeugenden Produkts gemessen wird. Anders gesagt, impliziert das Wirtschaftswachstum einfach mehr erzeugendes Produkt. Die Variable, die gewöhnlich für die quantitative Messung des Wachstums benutzt wird, ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP). Auf der anderen Seite, abweicht die Wirtschaftsentwicklung von dem Wirtschaftswachstum, weil sie außer der erhöhten Produktion, auch dauerhafte strukturelle Veränderungen im institutionellen, technologischen, sozialen und politischen Rahmen enthält, innerhalb dessen das Produkt produziert und verteilt wird. Als solche Veränderungen können wir die relative Reduktion im primären Sektor der Wirtschaft erwähnen, wie z. B. der landwirtschaftliche Sektor, bei einem gleichzeitigen Zuwachs im tertiären Sektor der Wirtschaft. Beispiele hierfür sind die Erhöhung der Beteiligung des Dienstleistungssektors beim Nationalprodukt, die Einführung effizienterer Produktionstechniken und -methoden, die Verbesserung der Lebensqualität, usw.

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die Entwicklung eines Gebiets soll nicht nur mit dem Einkommenswachstum verwechselt werden, so dass Faktoren wie die Verschlechterung des physischen, sozialen und kulturellen Umfelds vernachlässigt werden.

Zusammenfassend kann die lokale Entwicklung in Abhängigkeit von mehreren Variablen wie natürliche Ressourcen, Arbeit, lokale unternehmerische Initiative, Infrastruktur, Technologie, Innovationsfähigkeit, staatliche Beihilfen, die Fähigkeit der lokalen Gebietskörperschaft usw. ausgedrückt werden. Allerdings können wir nicht genau wissen, welche Faktoren die wichtigsten sind und mehr Einfluss in jedem Fall haben, aufgrund der besonderen Bedingungen, die in der jeweiligen Region überwiegen.

2. Das regionale Problem und die Ursachen der regionalen Disparitäten

2.1. Definition

Das regionale Problem wird als die Existenz von unterschiedlichen Wachstumsraten zwischen den Regionen definiert, was als Ergebnis eine räumliche Asymmetrie beim Wachstumsprozess eines Landes und das daraus resultierende regionale, wirtschaftliche und soziale Ungleichgewicht hat. Es ist daher klar, dass die Politik, die für die wirtschaftliche Entwicklung eines Gebiets verfolgt wird, muss auch den Begriff des ausgewogenen Wachstums umfassen. Auf diese Weise werden die Regionen geholfen, die benachteiligt sind, so dass sie schneller die relevanten Indikatoren verbessern können.

2.2. Die regionalen Disparitäten in Griechenland

Die Größe der regionalen Disparitäten in Griechenland ist in den letzten Jahrzehnten mit gravierenden Folgen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung erweitert worden. Im Allgemeinen, legt das regionale Problem Ungleichgewichte im produktiven Potenzial der Wirtschaft und die Entwicklung ihrer Regionen. Seine wichtigsten Eigenschaften in Griechenland sind: Erstens, die große Disparitäten, die im Pro-Kopf-BIP erscheinen. Zweitens, die Konzentration der Bevölkerung, der wirtschaftlichen Tätigkeit, der kulturellen Aktivitäten usw. in nur zwei Städte (Athen und Thessaloniki). Drittens, die Entvölkerung der ländlichen Gebiete, was als Ergebnis die Unfähigkeit für unabhängige Wirtschaftsentwicklung und der Mangel an sozialen und kulturellen Leben in diesen Gebieten hat. Viertens, die Entstehung von Umweltproblemen, wie z.B. in Athen der Fall ist, sowohl mit der Umweltverschmutzung, als auch mit den allgemeine Lebens- und Arbeitsbedingungen. Schließlich folgt die ungleiche Verteilung der Investitionen.

2.3 Die Ursachen des regionalen Problems

Die Identifizierung aller Faktoren, die das regionale Problem in einer Region verursachen, bereitet viele Schwierigkeiten, weil sie spezielle Studien und empirische Analyse des regionalen Phänomens erfordert. Die wichtigsten Faktoren, die die regionalen Disparitäten verursachen, werden mit den Mängeln und den Schwächen des Marktmechanismus, der ungleichen Verteilung der natürlichen Ressourcen, der Struktur der Wirtschaft, usw. assoziiert. Kurz gesagt, sind diese die wichtigsten Ursachen für die regionalen Disparitäten: Erstens, die geographischen Faktoren. Diese Kategorie umfasst das Problem der ungleichen Verteilung der natürlichen Ressourcen.

Zum Beispiel ein Gebiet arm an natürlichen Ressourcen bedeutet, dass es Probleme im Entwicklungsprozess haben wird, in Bezug auf Gebieten, die reich an natürlichen Ressourcen sind. Ebenfalls wichtig in dieser Kategorie ist die geographische Entfernung einer Region aus den entwickelten Stadtzentren eines Landes. Zum Beispiel, wenn der Abstand groß ist, bedeutet dies erhöhte Transportkosten, die verantwortlich für die Belastung der Produktpreisen, die Reduzierung der Unternehmensgewinne und die Schwierigkeit des Zugangs zu innovativen Stadtzentren sind. Zweitens, die Wirtschaftsstruktur der Regionen. Die sektorale Struktur der Wirtschaft der Regionen ist ein entscheidender Faktor in der Evolution ihres regionalen Problems. Zum Beispiel können auch Regionen mit traditionellen Wirtschaftszweigen (z.B. Landwirtschaft) oder mit Wirtschaftsstruktur in einem einzelnen Wirtschaftszweig (z. B. die Inseln von Griechenland mit dem Tourismus) zu schrumpfen beginnen, wenn die Nachfrage nach den Produkten, die sie produzieren, geringer wird. Schließlich ist die geringe Mobilität der Arbeitsmarkt und des Kapitals. Die Reaktion der Arbeitskräfte auf Unterschiede in der Entlohnung der Arbeit vom Gebiet zu Gebiet ist nicht unmittelbar. Die Mobilität der Arbeitsmarkt zu den Regionen, wo es Nachfrage gibt, ist langsam und so gibt es immer eine Zeitdifferenz zwischen dem Beginn der Nachfrage und dem Beginn der Mobilität von Arbeitskräften, um diese Nachfrage zu decken.

3. Fallstudie: Der Regionalbezirk Fokida

3.1. Das Produktionsprofil des Regionalbezirks

Der Regionalbezirk Fokida liegt im Zentrum von Griechenland, hat eine Fläche von 2.122 qm und nach der Volkszählung im Jahr 2011 vom Griechischen Statistischen Amt hat eine Bevölkerung von 40.430 (0,38% in der Gesamtheit von Griechenland), von denen 26.700 leben in der Gemeinde von Delphi und 13.730 in der Gemeinde Doris. Auch aufgrund seiner Lage stellt eine Passage dar und verbindet Mittel- und Nordgriechenland mit dem Peloponnes, so dass durch die Nationale Autobahn Itea-Nafpaktos eminent Warenverkehr aus oder zu dem Hafen von Patras durchgeführt wird.

Die wichtigsten Produktionsbereiche sind Olivenanbau, mineralische Ressourcen (Bauxit), Wälder, Tierhaltung, Fischkultur, Tourismus und reiches kulturelles Erbe (archäologische Stätte von Delphi).

Aus Tabelle 1 geht hervor, dass das Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt (BIP) niedriger als der nationale Durchschnitt im Jahr 2002 bei 3,713 € ist und im Jahr 2007 wächst die Differenz als die Abweichung 5,880 € beträgt. Auch, der Anteil des Regionalbezirks im BIP des Landes ist nahezu konstant bei rund 0,25%. (0,26% im Jahr 2002 und 0,24% im Jahr 2007). Zur gleichen Zeit, die am meisten dynamischen Sektoren in dem Regionalbezirk sind die Minen sowie die Fischerei, die ihre Rate im Jahr 2007 verdoppelt im Vergleich zum 2002 hat. Die beteiligten Sektoren, die stärker als ihr Anteil am BIP des Landes sind, sind die Landwirtschaft-Tierhaltung, die Hotels und die Restaurants und die Bildung (die anscheinend kommt vor allem aus dem öffentlichen Sektor). Daher scheinen diese Sektoren eine wichtige Rolle in dem Wachstumsprozess des Regionalbezirks zu spielen. Im Gegensatz dazu sind die beteiligten Sektoren, die durchweg

niedriger als ihr Anteil am BIP des Landes sind, d.h. die Verarbeitung, den Handel und das Real Estate (Immobilien-Management, Pachten von Immobilien). Schließlich ist die Arbeitslosenquote im Jahr 2007 in Fokida höher um etwa 7% im Vergleich zum nationalen Durchschnitt (für das Jahr 2002 sind keine Daten verfügbar für die Arbeitslosigkeit innerhalb des Regionalbezirks).

Tabelle 1: Die produktive sektorale Struktur des Regionalbezirks (Codes für die administrative Aufteilung NUTS 3) für die Jahre 2002 und 2007.

Größe	Regionalbezirk	2002	2007
Pro-Kopf-BIP (TEUR)	Fokida	10.541 (-3.713)	14.351 (-5.880)
	Gesamt Griechenland	14.524	20.231
BIP (In Mio. EUR)	Fokida	405 (0,26%)	541 (0,24%)
	Gesamt Griechenland	156.615	226.437
Bruttowertschöpfung (BWS) in Landwirtschaft, Tierhaltung (In Mio. EUR)	Fokida	21,22 (0,28%)	17,68 (0,26%)
	Gesamt Griechenland	7.582	6.888
BWS Fischerei (In Mio. EUR)	Fokida	9,83 (1,63%)	25,38 (3,2%)
	Gesamt Griechenland	602	781
BWS Minen (In Mio. EUR)	Fokida	34,96 (4,5%)	23,76 (2,6%)
	Gesamt Griechenland	776	921
BWS Verarbeitung (In Mio. EUR)	Fokida	13,43 (0,09%)	21,65 (0,1%)
	Gesamt Griechenland	14.213	20.802
BWS Bauten (In Mio. EUR)	Fokida	26,56 (0,31%)	26,74 (0,22%)
	Gesamt Griechenland	8.577	12.077
BWS Handel (In Mio. EUR)	Fokida	24,35 (0,1%)	36,56 (0,11%)
	Gesamt Griechenland	23.100	34.328
BWS Hotels und Restaurants (In Mio. EUR)	Fokida	28,68 (0,28%)	36,44 (0,28%)
	Gesamt Griechenland	10.075	13.174
BWS Real Estate (In Mio. EUR)	Fokida	38,75 (0,18%)	49,03 (0,17)
	Gesamt Griechenland	21.758	28.036
BWS Bildung (In Mio. EUR)	Fokida	22,6 (0,31%)	44,56% (0,36%)
	Gesamt Griechenland	7.378	12.108
Arbeitslosigkeit	Fokida	-	15,5%
	Gesamt Griechenland	-	8,3%

Quelle: Griechisches Statistisches Amt

* Die Prozentsätze in Klammern zeigen die Beteiligung des Regionalbezirks in Bezug auf das ganze Land.

3.2. Vergleich des Grades des Wohlstands des Regionalbezirks

3.2.1. Methodologie für die Studie - Daten.

Der häufigste Weg, um den Grad des Wohlstands eines Gebietes zu messen, ist die Berechnung des Pro-Kopf -BIPs . Allerdings ist dieser Art der Messung nicht zuverlässig, da in vielen Fällen die aufgenommene Menge nicht wirklich ist, weil sie auf Daten aus der Körperschaftsteuer und Einkommensteuererklärungen basiert. Also es wird nicht die Größe der Schattenwirtschaft erfasst, da viele Leute Steuern hinterziehen, mit dem Ergebnis, dass die wirklichen Daten nicht existieren.

Aus diesem Grund, werden Verbrauchsdaten in der Regel verwendet, um den durchschnittlichen Grad des Wohlstands der Bewohner eines Gebietes zu messen. Beispielsweise können Indizes verwendet werden, die um den Pro-Kopf-Verbrauch der Bewohner eines Gebietes beziehen.

In diesem Zusammenhang und so dass wir den Grad des Wohlstands des Regionalbezirks von Fokida mit anderen Regionalbezirken von Griechenland vergleichen, werden die folgenden Indizes-Variablen benutzt:

- Das Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt.
- Das Pro-Kopf- deklariertes Einkommen.
- Die Pro-Kopf-Spareinlagen.
- Die Bruttowertschöpfung (BWS) der Produktion von sechs Sektoren.

Grundsätzlich untersuchen wir den Anteil jedes Regionalbezirks in Bezug auf das ganze Land. Die sechs Sektoren sind: [1] Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS): Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei [2] Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS):Industrie einschließlich der Energie [3] Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS) : Bauten [4] Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS): Groß-und Einzelhandel, Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern, Hotels und Restaurants, Verkehr und Kommunikation [5] Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS): Kredit- und Versicherungsgewerbe, Immobilien-Management, Pachten von Immobilien und unternehmerische Tätigkeiten [6]. Anteil: Bruttowertschöpfung (BWS): Sonstige Dienstleistungen.

- Anzahl der neuen Pkws pro 1000 Einwohner.
- Anzahl der neuen Wohnungen pro 1000 Einwohner.
- Anzahl der Ärzte pro 1000 Einwohner.
- Stromverbrauch pro Kopf (1000OchV).
- Übernachtungen von Inländer und Ausländer pro 1000 Einwohner
Bitte beachten Sie, dass die Daten bis zum Jahr 2008 beziehen und stammen aus dem griechischen Statistischen Amt und dem Generalsekretariat für Informationssysteme.

3.2.2. Klassifizierung des Regionalbezirks durch einfache Indizes.

Die Tabelle 2 zeigt die Klassifizierung des Regionalbezirks, im Vergleich mit anderen Regionalbezirken von Griechenland, getrennt für jede untersuchende Variable. Insgesamt sind die Regionalbezirken 51

Tabelle 2: Die Klassifizierung des Regionalbezirks von Fokida verglichen mit anderen Regionalbezirken von Griechenland.

S/N	Indizes	Klassifizierung des Regionalbezirks von Fokida	1er Regionalbezirk
1	Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt	26er	Boötien
2	Das Pro-Kopf- deklariertes Einkommen	48er	Attika
3	Die Pro-Kopf-Spareinlagen	30er	Cyclades
4	Bruttowertschöpfung (BWS): Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei	43er	Larisa
5	Bruttowertschöpfung (BWS): Industrie einschließlich der Energie	42er	Attika
6	Bruttowertschöpfung (BWS):Bauten	50er	Attika
7	Bruttowertschöpfung (BWS): Groß - und Einzelhandel, Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern, Hotels und Restaurants, Verkehr und Kommunikation	46er	Attika
8	Bruttowertschöpfung (BWS): Kredit - und Versicherungsgewerbe, Immobilien-Management, Pachten von Immobilien und unternehmerische Tätigkeiten	48er	Attika
9	Bruttowertschöpfung (BWS): Sonstige Dienstleistungen	47er	Attika
10	Anzahl der neuen Pkws pro 1000 Einwohner	50er	Attika
11	Anzahl der neuen Wohnungen pro 1000 Einwohner	7ter	Lefkada
12	Anzahl der Ärzte pro 1000 Einwohner	49er	Attika
13	Stromverbrauch pro Kopf	43er	Boötien
14	Übernachtungen von Inländer pro 1000 Einwohner	14ter	Chalkidiki
15	Übernachtungen von Ausländer pro 1000 Einwohner	16ter	Dodekanes

Wenn die Ergebnisse in Tabelle 2 zusammengefasst werden, sie zeigen, dass anhand des Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukts der Regionalbezirk Fokida in der 26.sten Position steht. Aber wie wir bereits erwähnt haben, hat dieser Index viele Schwächen. Darüber hinaus rangiert dem Pro-Kopf -deklarierten Einkommen dieser Regionalbezirk an der Unterseite (48.ste). Allerdings, ist auch dieser Index schwach, und wegen der Hinterziehung des deklarerenden Einkommens, ist er nicht immer korrekt. Mit den Pro-Kopf-Spareinlagen rangiert der Regionalbezirk am 30.sten Platz. Aus den Bruttowertschöpfungen der sechs Sektoren geht hervor, dass der Anteil des Regionalbezirks zur Bildung der entsprechenden Bruttowertschöpfungen klein ist, so dass der Regionalbezirk an der letzten Plätzen rangiert. Die Zahl der Pkws pro 1000 Einwohner indirekt zeigt Reichtum, so dass die reicheren Gebiete werden mehrere neue Pkws erklären. Anhand dieser Indexes zählt der Regionalbezirk zweitniedrigsten (50ste Position.). Die Zahl der neuen

Wohnungen zeigt unmittelbar das Einkommen, das in Wohnungen umgewandelt wird. Basierend auf diesen Index zählt der Regionalbezirk auf die siebte Position. Der Index der Zahl der Ärzte pro 1000 Einwohner ist ein sozialer Index, mit dem der Regionalbezirk Fokida an der 49sten Position rangiert. Der Stromverbrauch pro Kopf ist ein Maß für Verbrauch und kann als Messzelle für den Wohlstand eines Gebiets verwendet werden. Also anhand dieses Indexes rangiert Fokida an der 43.sten Position. In der Klassifizierung nach der Anzahl der Übernachtungen entweder Inländer oder Ausländer, der Regionalbezirk Fokida steht in hohen Positionen. Im Allgemeinen, misst die Zahl der Übernachtungen die Attraktivität eines Gebiets. Schließlich ist die Region von Attika in der ersten Stelle für die meisten Indexe. Während Böotien an erster Stelle sowohl im Pro-Kopf-BIP, als auch beim Verbrauch von Elektrizität steht. Allerdings stellt dies nicht unbedingt den wirklichen Zustand dar, denn es liegt an der Industriezone von Schimatari, Theben und der Umgebung und der Unternehmen, die dort operieren und die ihre Gewinne in Attika übertragen.

3.2.2. Klassifizierung des Regionalbezirks mit dem Verbrauch des gewichteten Gesamtindikators für Wohlstand und Wachstum.

Das lässt erkennen, dass mit einfachen Indikatoren, kann man den Grad des Wohlstands nicht genau schätzen. Daher ist es sinnvoll, einen Gesamtindikator des Wohlstands zu schaffen, der mehr Informationen über den Wohlstand der Bürger enthalten wird. In diesem Fall werden wir die oben untersuchten Indikatoren analysieren.

Um einen Gesamtindikator für Wohlstand und Wachstum zu schaffen, ist es ratsam, die verwendeten Variablen abzuwägen. Das Pro-kopf-BIP eines Gebiets kann zum Beispiel nicht das gleiche Gewicht wie die Zahl der Pkws pro 1000 Einwohner haben. Dafür verwenden wir die Methode der Hauptkomponentenanalyse (Principal Component Analysis-PCA) [OECD & Europäische Kommission (2008)]. Tabelle 3 zeigt die Klassifizierung, in absteigender Reihenfolge, aller Regionalbezirke, für das Jahr 2008 anhand des Gesamtindikators für Wohlstand und Wachstum, den wir durch die Hauptkomponentenanalyse geschätzt haben. Es scheint also, dass anhand des gewichteten Gesamtindikators für Wohlstand und Wachstum, den wir geschafft haben, dass der Regionalbezirk Fokida am 50.sten Platz rangiert.

Tabelle 3: Klassifizierung der Regionalbezirke anhand des Gesamtindikators für Wohlstand und Wachstum fürs Jahr 2008.

S/N	Regionalbezirk	S/N	Regionalbezirk	S/N	Regionalbezirk
1	ATTIKA	21	LEFKADA	41	KILKIS
2	THESSALONIKI	22	KABALA	42	KARDITSA
3	IRAKLIO	23	ARGOLIS	43	SERRES
4	CYCLADES	24	RETHYMNO	44	XANTHI
5	LARISA	25	SAMOS	45	LAKONIEN
6	BOÖTIEN	26	ZAKYNTHOS	46	GREVENA
7	ACHAIA	27	IMATHIA	47	FLORINA
8	FTHIOTIDA	28	MESSENIEN	48	RODOPI
9	DODEKANES	29	TRIKALA	49	ELIS
10	IOANNINA	30	KASTORIA	50	FOKIDA
11	CHANIA	31	PREVEZA	51	EVRYTANIA
12	EUBŌA	32	CHALKIDIKI		
13	KOZANI	33	THESPROTIA		
14	MAGNISIA	34	DRAMA		
15	CHIOS	35	LESBOS		

16	KORINTHIA	36	ÄTOLIEN-AKARNANIEN		
17	LASITHI	37	KORFU		
18	ARKADIEN	38	PELLA		
19	EVROS	39	PIERIA		
20	KEFALONIA	40	ARTA		

4. Schlussfolgerungen

Obwohl in den letzten Jahren viele Maßnahmen zur Milderung der regionalen Disparitäten wie die Entwicklungsgesetze, die Gemeinschaftliche Förderkonzepte usw. umgesetzt werden, bleiben aber die Probleme, die Disparitäten und die asymmetrische räumliche Entwicklung. So wird das Problem immer aktuell bleiben. Der Abbau der regionalen Disparitäten, wie der Verbrauch der Entwicklungsvorteile und -chancen des jeweiligen Gebiets und die Entmutigen der weiteren Konzentration der wirtschaftlichen Aktivitäten in gesättigten Gebieten stellt eine Priorität bei der Verfolgung der Regionalpolitik dar. Doch für die Beschränkung von Disparitäten wird eine langfristige Planung erfordert.

5. Bezüge - Bibliographie

- Barro R.J , “ Economic Growth in cross Section of Countries” Quarterly Journal of Economics, 106, 2 .1991.
- Cohen J., “A coefficient of agreement for nominal scales” Educational and Psychological Measurement 20 (1): 37–46, 1960.
- Kriegel, H. P.; Kröger, P.; Schubert, E.; Zimek, A. (2008). "A General Framework for Increasing the Robustness of PCA-Based Correlation Clustering Algorithms". *Scientific and Statistical Database Management*. Lecture Notes in Computer Science 5069: 418.
- Ladiaz Chr. (2011). A Strategy for the Contribution of Culture to Development of Greece and Its Region, China – USA Business Review, Vol.10, No 10, pp.1035-1046.
- OECD., “Handbook on Constructing Composite Indicators Methodology and Users Guide”. Paris, France. 2008.
- Polyzos S ., Sofios S., “ Regional Multipliers ,Inequalities and Planning in Greece”. Southeastern Europe Journal of Economics 1, 2008.
- Siegel S., “Non Parametric Statistics for the behavioral science”, McGraw Hill New York 1965
- Ward B., Problems of Greek Regional Development” Center of Planning and Economic Research (KEPE) Athens , 1963.

DIE EUROPÄISCHE INTEGRATION UNTER DEM ASPEKT VON WIRTSCHAFT UND POLITIK

Ein historischer Rückblick

Tryphonas Kostopoulos

Associate Professor Panteion Universität für Sozial- und
Politikwissenschaft, Fakultät für Soziologie, Athen

trkost@panteion.gr

trifok@yahoo.gr

Zusammenfassung

Diese Arbeit ist ein Versuch kritischer Analyse der EU und stellt genau den Antipoden zur herrschenden europafreundlichen Einstellung bezüglich der europäischen «Integration» dar. Diese Untersuchung hat den Ehrgeiz, die Argumente einer radikalen Auffassung für die Zukunft der EU hervorzuheben. Grundlage dieser Untersuchung ist die objektive Einschätzung der europäischen Konstruktion. Besonders nach dem «Schiffbruch», den die Gipfelkonferenz in Brüssel (Dezember 2003) erlitt bei der Genehmigung der Europäischen Verfassung. Dieser «Schiffbruch», bestätigte sich (2005) durch die katalytische Wirkung der zwei negativen Abstimmungsergebnisse in Frankreich und den Niederlanden bei den Referenden zur Europäischen Verfassung. Im Wesentlichen bestätigt dieses Scheitern der Gipfelkonferenz und die Ablehnung der Europäischen Verfassung das marxistische Gesetz der ungleichen Entwicklung und die Unmöglichkeit der europäischen «Integration».

In unserer Untersuchung wird die europäische politische Zusammenarbeit auf Grundlage der Macht interpretiert. Die Macht der reichen Staaten drückt sich auf vorzügliche Weise in der konstitutionellen Konstruktion der EU aus, durch welche die Entscheidungen für die Zukunft des europäischen Gebäudes getroffen werden. Der genormte Markt und die gemeinsame Währung, der Euro, erleichtern ebenfalls den Warenaustausch, die Entwicklung des Handels wie auch das ungehinderte Funktionieren des Kapitalismus und die Abwehr des Sozialismus. Die europäische Integration stellt sich dar als Arena des Sichmessens zwischen den einzelnen Staaten und multinationalen Unternehmen. Der einheitliche Markt ist gleichzeitig eine Schule für die multinationalen Unternehmen wo die Schüler die Prüfung bestehen, oder abgelehnt werden oder erneut geprüft werden müssen. Und auf diese Art werden die führenden Rollen in der EU ausgetauscht. Außerdem entspricht es den Tatsachen, dass die Schaffung des gemeinsamen Marktes zwischen den reichen und armen Staaten ernsthafte Gefahren eines Aufschubs der wirtschaftlichen Entwicklung einschließt sogar auch die des Rückschritts auf niedere Einkommensebenen und des Beschäftigungsrückgangs in den schwächeren und geringer entwickelten Staaten.

Schlüsselwörter: Europäische Union, Europäische Integration, Vereinigte Staaten von Europa, Europäische Währungsunion, Europäische Verfassung, Referendum Europäische Verfassung

1. Die politische und wirtschaftliche Dimension der Europäischen Vereinigung

In diesem Aufsatz soll versucht werden einige Seiten der europäischen Vereinigung aufzuklären, die bewußt verschwiegen werden. Die Urheberschaft, zum Beispiel, die Idee eines vereinigten Europa „stammt vielmehr von Winston Churchill, dem hellstichtigsten und entschlossensten Vertreter des englischen Imperialismus. Und nur schwer natürlich könnte

man ihm humanistische Motive unterstellen³¹, da Churchill das Symbol, der Bewahrer, aber auch der große Garant der kapitalistischen Produktionsweise geblieben ist, sowohl in seiner Heimat, als auch in der politischen Welt allgemein. Als britischer Politiker hat er trotz aller Zerstörungen des Krieges im September 1946 in seiner Rede an der Züricher Universität die Entstehung der Europäischen Vereinigten Staaten vorgeschlagen.

Auf der selben Wellenlänge erklärte John Foster Dulles, der amerikanische Außenminister, in seiner Rede am 17. Januar 1947, die eine ähnliche historische Bedeutung mit der Rede Churchills aufweist, dass Europa gefördert werden muß ansonsten würde es verschwinden!

In diese Richtung tendiert auch der historische Aufruf des französischen Außenministers Robert Schuman am 9. Mai 1950, der heute als „der Tag Europas“ gefeiert wird. Der nachfolgende Premierminister Frankreichs hat in einer Rede, inspiriert von den Vorschlägen seines Ratgebers Jean Monet, vorgeschlagen, die Produktion von Kohle und Stahl in Deutschland und Frankreich unter gemeinsame Kontrolle zu stellen.

Am Anfang des 20. Jahrhunderts hat Lenin in seinem berühmten Artikel „im Zeichen der Vereinigten Staaten Europas“ die Möglichkeit eines „Vereinten Europas“ und dessen Klassengegensätze vorhergesehen. Laut Lenin: „Unter den Bedingungen des Kapitalismus würden die Vereinigten Staaten von Europa die gleiche Bedeutung haben wie die einer Vereinbarung über die Aufteilung der Kolonien. Im Kapitalismus aber kann es keine andere Basis geben, kein anderes Teilungsprinzip, außer der Macht. [...] Unter den Bedingungen des Kapitalismus ist eine gleichmäßige wirtschaftliche Entwicklung der verschiedenen Ökonomien und verschiedenen Länder unmöglich. [...] Natürlich können vorläufige Verträge zwischen den Kapitalisten und den verschiedenen Ländern abgeschlossen werden. In diesem Sinn können die Vereinigten Staaten von Europa geschaffen werden, als eine Vereinbarung der europäischen Kapitalisten... Aber mit welchem Ziel? Nur mit dem Ziel, gemeinsam den Sozialismus in Europa abzuwürgen und die ausgeplünderten Kolonien gegen Japan und Amerika gemeinsam zu schützen“. Lenin gelangt zu der Schlußfolgerung, daß die Vereinigten Staaten von Europa in einem kapitalistischen Regime entweder unverwirklicht bleiben, oder reaktionär sein werden³².

Lenins theoretische Vorstellung ist heute aktuell. Die Interpretation der Europäischen Integration kann auf Grund des Gesagten ausreichend erläutert werden. Die Basis der Vereinbarungen, die während der Europäischen Gipfeltreffen beschlossen wurden, ist die Macht. Die Europäischen Vereinbarungen werden auf der Basis der Änderungen, die bei der Auseinandersetzung der Mächte, innerhalb der Europäischen Nationalstaaten beobachtet wurden, revidiert. Das hat deren einstweiligen Charakter zum Ergebnis.

Das Fernziel der Vereinigten Staaten Europas ist, Lenin zufolge, das Ersticken des Sozialismus. Unter diesem Gesichtspunkt betrachtete er sie als reaktionäres kapitalistisches Regime. Außerdem kann keiner ernsthaft behaupten, dass wir trotz der recht ansehnlichen Zahl sozialistischer Regierungen in der Europäischen Union auch automatisch Sozialismus haben. Vielmehr geschieht gewöhnlich das Gegenteil. Zum Beispiel, die Sozialisten und Sozialdemokraten wie Dalema, Jospin, Blair und Schröder bombardierten seinerzeit erbarmungslos, ohne Scham Jugoslawien. So bestätigten sie die Ansicht Lenins, dass das vereinte Europa unter kapitalistischer Herrschaft so oder so reaktionär ist.

³¹ Eftichis Bitsakis, *Bruch oder Einverleibung* (griech.), Verlag Synchroni Epochi, Athen, 1989. s. 22.

³² B. I. Lenin, „im Zeichen der Vereinigten Staaten Europas“, *Apanta*, Band 26. Synchroni Epochi Vrlg., Athen, 1978, S. 361-363. (in griech).

Die Phileuropäer verschweigen bewusst den tieferen Sinn von Lenins Artikel, aber auch generell den des Marxismus. Der Marxismus wird a priori abgelehnt, und unglücklicherweise gibt es in unserer pluralistischen Demokratie keinen Platz für die Veröffentlichung eines Artikels von 5-6 Seiten, der über dieses moderne europäische Phänomen aufklärt.

An dieser Stelle sei auch auf die Ansicht des Genies Albert Einstein, in bezug auf die Zukunft Europas, verwiesen. In einem seiner Interviews von 1930 sagte er: "Europa könnte heute als föderatives Land bestehen und nicht als eine Irrenanstalt der Nationalismen. Der Nationalismus ist eine Kinderkrankheit. Er ist die Masern der Menschheit"³³. Es muss hervorgehoben werden, dass sich der prominente Wissenschaftler wohlmeinend über die kommunistische Zukunft der Menschheit geäußert hat. In dem gleichen Interview kam er unter anderem zu dem folgenden Schluss: "Der Bolschewismus ist ein ausgezeichnetes Experiment"³⁴. Einstein verurteilt den nationalistischen Irrsinn der damals, aber auch heute, herrscht. Er sah die Lösung in einem föderativen europäischen Staat, mit deutlich spezifischen Unterschieden in der bestehenden Auffassung bezüglich seiner sozialistischen Orientierung.

Tabelle 1
Die E. U., die USA, Japan und China auf einem Blick (2009)

	EU	USA	JAPAN	CHINA
Jahr 2009				
Bevölkerung (Millionen)	500	307	127	1.338
Brutto-Inlands Produkt in Dollar	15, 2 Bill. \$ (22,0%)	14, 2 Bill. \$ (20,6%)	4, 1 Bill. \$ (6,3%)	7,9 Bills. \$ (11,5%)
BSP per Kopf in Dollar	33.400 \$	46.859 \$	34.100 \$	5.963 \$
Arbeitslosigkeit(% der Arbeitskräfte)	8,9	9,5	5,2	4,6
Inflation (%)	3,7	3,8	1,4	8,9
Verteidigungskosten (Milliarden \$ 2009)	150 \$	607 \$	45 \$	70,24 \$
Entwicklung (%)	-4,0	-2,9	-5,3	8,5

Quelle: Verarbeitung statistischer Angaben Eurostat, IMF, World Bank, 2010.

Im Hinblick auf die oben dargestellte Statistik soll der Versuch erfolgen das Phänomen der politischen Hegemonie in der Europäischen Union zu verdeutlichen. Die Angaben der oben gezeigten Statistik sind entlarvend für die zweifellos bestehende wirtschaftlich-politische Vorherrschaft der USA in der internationalen politischen Szene. Das Oxymoron der europäischen Vereinigung ist, daß die europäischen und amerikanischen Imperialisten aus verschiedenen Gründen die Vereinigung Europas erstreben. Der Treffpunkt des internationalen

³³ in: *Vima*, „Albert Einstein“ 24.02.2002.

³⁴ in: *Vima*, „Albert Einstein“ 24.02.2002.

Kapitals ist der Markt. Der Wunsch nach einem einheitlichen Markt rief die Entstehung der Europäischen Wirtschafts-Gemeinschaft (EWG) hervor. Das europäische Kapital war die Avantgarde für die Vereinigung Europas, um der Konkurrenz des amerikanischen und japanischen Kapitals gegenüberzutreten. Die USA, unbestreitbar die führende Macht der kapitalistischen Globalisierung, ziehen es vor, mit einem Europa der 27 Länder zu verhandeln, als mit jedem einzelnen Land Europas getrennt. Damit sie jedoch die Oberhand bei diesen Verhandlungen haben, arbeiten sie methodisch, um ein amerikanophiles Europa zu schaffen. Unter diesem Aspekt versuchen sie Parialänder der Union zu kaufen, wie es z. B. Länder in Mittel – und Osteuropa, und sie drängen darauf, daß die Türkei, der Polizist der USA, der Union beitrifft.

Die Europäische Vereinigung ähnelt einer griechischen Tragödie. Nolens volens treiben die Imperialisten den Wagen der Union an. Die Tragödie besteht darin, dass es unmöglich ist, dass alle von dieser Einrichtung des internationalen Imperialismus einen Nutzen ziehen können.

Die Korrelationen sind äußerst unbeständig. Es scheint, dass die USA den Vortritt haben. Die USA produzierten 2009 als ein einheitlicher Nationalstaat, mit einer Bevölkerung von 307 Millionen Einwohnern, 14,2 Bill. \$ BSP nämlich 20,6% des Weltprodukts, mit 46.859 \$ BSP per Kopf. Die EU der «27» produzierte mit einer Bevölkerung von 500 Millionen Einwohnern, 15,2 Bill.\$ BSP mit 33.400 \$ BSP per Kopf, ca. 22,0% des Weltprodukts. Im Jahre 2009 belief sich der Verteidigungshaushalt der USA auf \$ 607 Milliarden, gegenüber 150 Milliarden der EU. Die Rüstungsüberlegenheit der USA ist gegenüber Europa erdrückend. Die Unabhängigkeit Europas von den USA scheint ein Sommernachtstraum zu sein. (Tabelle 1)

Deutschland, mit 31,91% Beteiligung am Euro, beeinflusst in bedeutendem Maße die europäische Konstruktion. Zum Vergleich: was für einen Widerstand könnte ein Land wie Griechenland mit 0,42% Beteiligung am Euro leisten? (Tabelle 2). Diese ungleichen Beziehungen nutzen die USA aus und bringen Schritt für Schritt Mitgliedsstaaten der EU unter ihren Einfluss und setzen sie gegen die deutsch-französischen Achse ein. Der Nationalstaat, der „Pferch“ des Mittelstands, ist das große Hindernis für Deutschland mit den USA zu konkurrieren.

Die Labilität des gesamten europäischen Gebäudes und die Ungewissheit seiner Zukunft sind leicht erkennbar, wenn man den Haushaltsplan der Gemeinschaft prüft. Im speziellen beläuft sich das Budget der Europäischen Union gerade mal auf 1% des europäischen Brutto Inlands-Produkts (BIP). Die Frage, die zu stellen ist, wie das großmächtige „europäische Ideal“ mit diesen begrenzten finanziellen Mitteln aufgebaut werden kann, wenn in den Mitgliedsstaaten der Union die Staatskosten und der Staatshaushalt 50% des BSP übersteigen.

Tabelle 2
ZENTRALE PREISGLEICHHEITEN UND PROZENTUALE BETEILIGUNG
JEDER WÄHRUNG IN DEM EUROKORB

Währung	Zentrale Preisgleichheiten gegenüber dem ECU vom 08.10.90	Festsetzung der Währungen am 08.10.90 basierend auf den zentralen Preisgleichheiten	Zentrale Preisgleichheiten gegenüber dem EURO vom 01.01.01	Festsetzung der Währungen am 01.01.01 basierend auf den laufenden zentralen Preisgleichheiten(%)
Österreichischer Schilling			13,7603	
Belgischer Franc	42,4032	7,78	40,3399	8,18
Deutsche Mark	2,05586	30,36	1,95583	31,91
Griechische Drachme	205,31	0,70	340,75	0,42
Portugiesischer Eskudo	178,735	0,78	200,482	0,69
Französischer Franc	6,89509	19,32	6,55957	20,30
Niederländischer Gulden	2,31643	9,49	2,20371	9,97
Irisches Pfund	0,767417	1,11	0,787564	1,08
Luxemburgischer Franc	42,4032	0,31	40,3399	0,32
Spanische Peseta	133,631	5,81	166,386	4,16
Finnländische Krone	-	-	5,94573	-
Dänische Krone	7,84195	2,52	-	-
Pfund Sterling	0,696904	12,60	-	-
Italienische Lire	1538,24	9,87	1936,27	7,84

Quelle: Eurostat, Europäisches Parlament, *Themalogische Berichte über das Europäische Parlament und die Wirksamkeit der Europäischen Union*, Forschungs-Generaldirektion, Brüssel-Luxemburg, 1994, S. 451.

Im Fall der Europäischen Union kann man behaupten, dass wir uns gegenüber einem latenten und fehlerhaften „imperialistischem Ökonomismus“ befinden, der auf paradoxe Art und Weise einer Wirtschaftsbasis entbehrt. Merkwürdigerweise erscheint die Wirklichkeit umgekehrt, mit dem Kopf nach unten. Auf den ersten Blick scheint es, dass die Politik sich zu Lasten der Wirtschaft vordrängt. Indessen, wenn man das ganze Problem mit einem durchdringenden Blick beobachtet, kann man den wirtschaftlichen Zug erkennen, der in schnellem Tempo in die ungleiche Europäische Integration fährt. Außerdem ist bekannt, dass die wirtschaftlichen Integrationen im Zeitalter der Globalisierung, wie im Fall der Europäischen Union, als gegengewichtige Kräfte in dem Gesetz der fallenden Tendenz des Profitprozentsatzes fungieren; ein Gesetz, das Karl Marx im 19. Jahrhundert formuliert hat. Der europäische Binnenmarkt erleichtert den Tauschhandel, befreit bis zum Limit den Kapitalverkehr und hält die fallende Tendenz bei den Gewinnprozentsätzen des europäischen Kapitals insgesamt aufrecht,

indem er gleichzeitig Massenarbeitslosigkeit verursacht und somit Menschen an den gesellschaftlichen Rand drängt. Das Gesetz der fallenden Tendenz des Prozentprofitsatzes findet vollständige Anwendung in der Europäischen Union. Alle Widerwärtigkeiten für die Arbeiterklasse verdichten sich in dieser Konstruktion: Vermehrte Ausbeutung der Arbeiterklasse mit gleichzeitigem Ansteigen der Preise, Verlängerung des Arbeitstages durch die Abschaffung des historischen 8 Stundentags, Lohnsenkungen bei den Berufstätigen und Verminderung der Renten.

So war übrigens das Hauptziel der deutschen Präsidentschaft in der EU im ersten Halbjahr 1999, einer raschen Verminderung der Beiträge in dem schon sehr knapp veranschlagten Haushaltsplan. Deutschlands erbitterter Kampf um die Verminderung seiner Beiträge zum Europabudget findet Widerhall auch bei den übrigen Länder des reichen, wohlhabenden industriellen Nordens, die ebenfalls sich weigern, einen vermehrten Beitrag zu leisten, obwohl sie über ein höheres pro Kopf Einkommen als Deutschland verfügen. Das sind die bekannten innerimperialistischen Gegensätze. Vor diesem negativen Resultat, nämlich einer wahrscheinlichen Beitragssenkung, werden die Opfer offensichtlich die Länder des armen Agrarsüdens sein, mit ihrer problematischen Wirtschaft. Der „linke“ Kanzler hat, obwohl er das Vorhabens durchschaute, ohne eine Spur von Solidarität, bedenkenlos den armen Völkern des Südens offen gedroht, dass er die Kohäsionskassen ruinieren werde, in dem Fall, wenn sich die Länder dafür entscheiden sollten, seine „humanistischen“ Ziele im Jugoslawienkrieg zu blockieren, und sich nicht vollständig seinem Willen unterwerfen würden. Zu den Beziehungen von Nord und Süd machte einst der italienische Führer und Theoretiker der internationalen kommunistischen Bewegung, Antonio Gramsci, eine prophetische Bemerkung: „Es ist bekannt welche Ideologie die Propagandisten der bürgerlichen Klasse bei den Massen des Nordens, von Mund zu Mund, verbreiteten. Der Süden ist die eiserne Last, die schnellere Fortschritte in der kulturellen Entwicklung Italiens verhindert. Die Südländer sind biologisch Untermenschen, Halbbarbaren oder vollkommene Barbaren, von Natur aus. Dass der Süden rückständig ist, dafür ist nicht das kapitalistische System oder irgend ein anderer Grund verantwortlich, sondern die Natur, die die Südländer als Faulpelze gemacht hat, zu Unfähigen, zu Meuchelmördern und Barbaren“.³⁵

Der sozialdemokratische Kanzler sieht offensichtlich die Problematik des Südens der Union als Last für die Wirtschaft seines reichen Vaterlandes, und weigert sich, einen Kompromiss zu schließen, der einen dringend gebotenen Vermögenstransfer von den voll entwickelten Ländern des Nordens in den Süden ermöglicht. Mit anderen Worten, der Versuch einer Umwandlung der Europäischen Union in eine strikte Föderation, mit allen ihren Merkmalen, in der die Mitgliedsländer ihre nationale Souveränität aufgeben und die schwere Hand Deutschlands deren Schicksale bestimmen wird, steht durch den Euro ante portas.

Die deutschen Pläne für die föderative Organisation der EU bringen den übrigen Europäern das Projekt von Dr. Schacht und Funk aus dem Jahr 1940 zu einer Europäischen Wirtschaftsunion in Erinnerung. Damals sollte das Dritte Reich das herrschende Land in Europa sein, und die Reichsmark, zusammen mit dem Dollar eine der stabilsten Währungen auf der Welt. Die Länder, die der damalig geplanten Union beitreten sollten, wären Holland, Dänemark, Slowenien, Rumänien, Bulgarien und Ungarn gewesen. Anschlussländer sollten Belgien, Norwegen und Schweden sein. Sondervereinbarungen könnten nach Beendigung des Krieges mit Frankreich und England abgeschlossen werden. Der heutige deutsche Plan ist nicht weit entfernt von der damaligen Grundidee der Deutschen für die wirtschaftliche Vereinigung Europas, aber

³⁵ Antonio Gramsci, „Einige Themen über die Probleme des Südens“ in Antonio Gramsci, *Politische Texte*, Odysseus Vrlg., S. 159. (in griech).

nicht mehr durch Waffen, sondern durch den Euro, wie 1940. Damals sah das Wirtschaftsamt des Reiches als „einzige einfache Vereinigungsmethode, eine Einheitswährung.“ Genau so wird jetzt die Einheitswährung der Europäischen Union das trojanische Pferd der deutschen Herrschaft in Europa. Wie ein deutscher Diplomat erwähnte, sei es an der Zeit, dass Deutschland einen so großen Einfluss in der EU bekäme, analog der öffentlich-rechtlichen Unterstützung, die es der Kasse der EU gewährt. Im eigentlichen Sinn aber ist das, was die Rolle Deutschlands als Führungsmacht in der EU hervortreten lässt, die Art, wie es die europäische Vereinigung versteht, nämlich die Erweiterung der EU der 15 zur EU der 27 nach Osten, der bekannte Drang nach Osten...³⁶ Für Nicos Kotzias ist dies seit langem klar. In seinem Beitrag, Die Rolle die Bundesrepublik Deutschland in der neuen Architektur Europas³⁷ vertritt er bereits 1993 die Ansicht, dass die deutsche Europapolitik letztlich nach nationalstaatlichen Strategien abläuft, nämlich auf eine deutsche Hegemonie-Absicht hinaus – die deutsche Außenpolitik strebe an, die Europäische Union so umzugestalten, dass zwar die europäischen Institutionen gestärkt werden, aber so, dass Deutschland dabei an Positionen gewinnt.

Wie schon erwähnt, ist Deutschland mit 31,91% am Euro beteiligt. Das, was mit der Einführung des Euro in Ländern wie Griechenland hervorgehoben werden muss, ist, dass solange die einzelnen Länder die Devisenpreisgleichheiten ihrer Währungen verändern konnten, war es ihnen möglich auf internationalem Niveau mit anderen Ländern zu konkurrieren und mit anderen finanziellen Mitteln, die produktiver und stärker waren, wobei sie sogar ihre eigene Währung unterbewerteten. In dem Moment aber wo das nicht mehr geschehen kann, kann das griechische Kapital z. B. keine weitere Entwertung der Währung vornehmen, um mit anderen europäischen Ländern konkurrieren zu können. Die einzige Art zu überleben ist, die ständige Steigerung des Mehrwerts.³⁸

2. Die regionale Dimension der Europäischen Vereinigung

Die wirtschaftliche Tätigkeit der Europäischen Union ist auf einen Kern zentralisiert, der sich in dem Dreieck North Yorkshire in England, French-Compte in Frankreich und Hamburg in Deutschland erstreckt. Es handelt es sich um eine Region, die gerade einem 1/7 der Europäischen Union entspricht und wo ein 1/3 der Bevölkerung lebt. Jedoch wird in diesem Dreieck fast die Hälfte des BSP (47%) der Europäischen Gemeinschaft produziert.³⁹

Die Ungleichheiten, was die Arbeitslosigkeit anbetrifft, sind immer noch groß in der Union. Die Länder Griechenland, Spanien, Frankreich, Italien und Finnland hatten 1999 eine Arbeitslosenquote von über 10%, also die doppelte Quote wie Luxemburg, Holland, Österreich und Portugal, wo die entsprechende Quote unter 5% lag.⁴⁰ In 2006 beträgt jedoch die Arbeitslosenquote in Deutschland 12,12% (5.048.000). Trotzdem ist Deutschland das führende Land im Export weltweit. Mit einem Exportvolumen von 914 Mrd. US-\$ im Jahre 2004 überflügelt es die USA mit 819 Mrd. US-\$ um 95 Mrd.⁴¹ (Quelle: FAZ 2005a; NZZ 2005).

³⁶ K. Kolmer, „ist die Europäische Union heute koordiniert regiert oder föderativ?“, in: *Macedonia* 11.06.1995.

³⁷ C. Thomas und K-P. Weiner (Hrsg.) Auf dem Weg zur Hegemonialmacht? Die deutsche Außenpolitik nach der Vereinigung. Köln, 1993 s. 118.

³⁸ Guglielmo Karkelli.

³⁹ Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2. Protokoll S. VII.

⁴⁰ Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2. Protokoll S. VI.

⁴¹ Haas-Neumair, *Internationale Wirtschaft*, Verlag Oldenbourg 2006 s. 48

Die regionalen Ungleichheiten sind noch größer. 10% der problematischen Regionen hatten 1999 eine Arbeitslosenquote von 23%, nämlich eine 8fach größere als die weniger betroffenen Regionen mit 3% Arbeitslosigkeit. Fernerhin war 1996 das Einkommen von 18% der Bevölkerung der Union unter der Armutsgrenze, d.h. einer von sechs Einwohnern, die, laut Eurostat, der Teil der Bevölkerung ist mit einem Einkommen, das 60% des durchschnittlichen Einkommens des Landes oder weniger beträgt. Mit der Erweiterung der Europäischen Union wird sich der wirtschaftliche Zustand völlig verändern. Auf Grund der Analyse der bestehenden Lage ergibt sich, dass sich die Einkommensunterschiede zwischen den Ländern und deren Regionen verdoppeln werden. Das heißt, dass wir auf nationaler Ebene in einer Union mit 27 Mitgliedsländern als Folge haben werden, dass über 1/3 der Bevölkerung in Ländern lebt mit einem Prokopfeinkommen niedriger als 90% des Durchschnitts der Union der 27, im Vergleich zu einem 1/6 der Union der 15.

Auf nationalem Niveau werden sich in einer Union der 27 die Länder in drei große Kategorien teilen.

Die Gruppe der reichsten Mitgliedsländer, deren Einkommen über dem Durchschnitt liegen wird, wird die 15 bisherigen Mitgliedsländer der Union umfassen, also alle, außer Griechenland, Spanien und Portugal.

Es wird eine Zwischengruppe folgen. Griechenland, Spanien, Portugal, Zypern, Malta, Slowenien und die Tschechische Republik, deren Einkommen sich auf 80% des Durchschnitts belaufen wird, und sie werden eine Bevölkerungsgröße von 13% der Gesamtbevölkerung der Union der 27 ausmachen.

Die wirkliche Veränderung, aber, im Vergleich zur ehemaligen Gemeinschaft, entsteht durch die Existenz einer dritten großen Gruppe, die die übrigen 8 Länder umfasst, bei denen sich das Prokopfeinkommen nur auf 40% des Durchschnittes der EU der 27 belaufen wird. Es handelt sich hier um eine große Gruppe deren Bevölkerung 16% der Gesamtbevölkerung der EU der 27 ausmacht.

Die Einkommensungleichheiten im BSP per Kopf zwischen den Mitgliedsstaaten, aber hauptsächlich zwischen den Regionen, bleiben intensiv. Im Londoner Bezirk steigt das BSP auf 243% des durchschnittlichen Gemeinschafts- BSP, gegenüber den 42% in Epiros/Griechenland, und in noch ärmeren Regionen Polens mit 25%. Das heißt, dass wir einen ca. zehnfachen Unterschied zwischen großen Regionen haben, etwas, das in föderativen Staaten nicht festzustellen ist. In den USA übersteigen die Einkommensungleichheiten nicht einmal das Doppelte. Dieser in der EU negative Zustand wird sich noch mehr vergrößern mit der Erweiterung weiterer Länder.

Wenn man die jährliche Entwicklung der griechischen Handelsbilanz untersucht, wird deutlich, dass sich das grundlegende Argument der Unterstützer in der damaligen EWG, welche die These stützten, dass der griechische Handel in einem Markt der 300 Mill. Konsumenten sich frei bewegen könne, als utopisch erwiesen hat. In dem Versuch in den großen europäischen Markt einzusteigen, erwiesen sich die griechischen Produkte als zu schwierig, im Gegensatz zu den europäischen Produkten, die den griechischen Markt wie eine unbefestigte Stadt, buchstäblich erstürmten. Die Entwicklung des griechischen Handelsdefizits ist bezeichnend. Anfang der 90er Jahre und danach, also in dem „Sanierungszeitraum“ der griechischen Wirtschaft, erweitert es sich ständig, um im Jahr 1999 auf 18 Milliarden Dollar zu steigen, und auf 21 Milliarden Dollar im Jahr 2002. Das heißt, dass das Handelsdefizit Griechenlands in einem Jahr dem Geldvermögen der Gemeinschaft entspricht, das es von der Europäischen Union in einem 6jährigen Zeitraum von 2000-2006 im Rahmen des

3. Unterstützungsprojekts der EU erhalten wird. Diese Unterstützungsfonds werden sich auf ungefähr 27,2 Milliarden Euro belaufen⁴².

Es muß vermerkt werden, dass sich die Finanzierungen Griechenlands, im Rahmen des 1. Unterstützungsprojekts der EU (1989-1993), auf 7,5 Milliarden Euro beliefen, im Rahmen des 2. (1994-1999) auf 16,5 Milliarden, im Rahmen des 3. (2000-2006) auf 27,2 Milliarden und des 4. (2007-2013) auf 20,10 Milliarden Euro. Griechenland ist außerstande im europäischen Markt mit anderen Ländern der Union zu konkurrieren. Das hat zur Folge, dass sich die Handelsbedingungen unvorteilhaft gestalten mit allen negativen Konsequenzen. Gleichzeitig geht dem deutschen Wirtschaftsriesen die Luft aus unter der Last der wirtschaftlichen Entwicklung, obwohl er den größten Außenhandelsüberschuss aufweist. Somit wird nochmals der große wirtschaftliche Nutzen, den dieses Land mit der Gemeinschaft und deren Erweiterung verbindet, bestätigt.

Die europäische Konstruktion unter deutscher Hegemonie hat als Folge, dass die „kleinen regionalen Staaten“ der Union langsam ihre nationale Existenz verlieren, im Gegensatz zu den „zentralen“ regierenden Mitgliedstaaten, die gestärkt werden. Es scheint, als ob das wirtschaftliche Ausgleiten der schwächeren „peripheren“ Mitgliedstaaten der Union, das Ergebnis der ungleichmäßigen Entwicklung ist. Außerdem gibt es im Rahmen der Europäischen Union keinen gemeinschaftlichen Nutzen, sondern verteilte nationale Vorteile. In diesem Sinn entwickeln sich Nationen, und andere Nationen geraten in den Hintergrund.

3. Die Europäische Verfassung und die innereuropäischen Gegensätze

Bezüglich der Zustimmung zum Europäischen Verfassungsentwurf hat es nicht lange gedauert bis die ersten unüberbrückbaren Widersprüche auftauchten, welche die Nationalstaaten der Gemeinschaft, hinsichtlich der Zukunft der Europäischen Vereinigung, trennen. Die Nationalstaaten der Union sind im Wesentlichen in zwei gegnerische Lager geteilt. Die Phileuropäer, die sich um die deutsch-französischen Achse drehen, und der Block der Philamerikaner, an ihrer Spitze Spanien mit dem ehemaligen Ministerpräsidenten José Maria Aznar und den neuen osteuropäischen Mitgliedstaaten. Der Weg zur Abstimmung der Europäischen Verfassung enthüllt auf die bestmögliche Art den Umfang der innerimperialistischen Gegensätze zwischen den beiden Polen.

Die Konflikte und Meinungsverschiedenheiten basieren hauptsächlich auf dem Verfassungsplan, der einen Vorsitzenden als Präsidenten des Europäischen Rates vorsieht und der für 2,5 Jahre gewählt wird, mit Verlängerungsmöglichkeit einer Amtszeit. Das heißt, dass der abwechselnde sechsmonatliche Vorsitz automatisch abgeschafft wird. Fernerhin existieren Meinungsverschiedenheiten über die Schaffung der Stelle des Außenministers der Europäischen Union, über die Verringerung der Zahl der Kommissare auf 15 im Jahr 2009 und über die Verteilung der Zuständigkeiten in der Europakommission. Die Spitze des Eisbergs der unüberbrückbaren Unterschiede konzentriert sich aber hauptsächlich in der neuen Berechnungsweise der Stimmenmehrheit im Europarat, mit gleichzeitiger Revision der Stimmenwägung, zugunsten des „harten Kerns“. Auf Grund der Verfassung „wird die erhöhte Stimmenmehrheit als die Stimmenmehrheit der Mitgliedstaaten definiert, die durch wenigstens 3/5 der Unionsbevölkerung vertreten wird.“ Das heißt, dass 16 von 27 Mitgliedstaaten

⁴² Tryphon Kostopoulos, Europäische Wirtschaftsintegration und Nationalstaat und Regionalpolitik der Europäischen Union, (in griech.) Verlag Kyriakidis, Thessaloniki, 2000, S. 131.

erforderlich sind, die gleichzeitig 65% von ungefähr 500 Millionen Einwohnern der Europäischen Union vertreten müssen.

Durch die Stimmenwägung im Ministerrat, mit dem Kriterium der Bevölkerungsmenge jedes Mitgliedsstaates, entstehen Konflikte und Spannungen im Inneren der EU. Es ist offenbar, dass die deutsch-französische Achse versucht, die vollständige Kontrolle und die Hegemonie in der EU zu erreichen, indem sie die anderen Mitgliedstaaten aus den Beschlussfassungszentren, in den amerikanischen Einfluss „verbannt“. Unter solchen Verhältnissen ist der eindrucksvolle Schritt des deutschen Bundeskanzlers beim Gipfeltreffen von Rom, im Oktober 2003, von besonderer Bedeutung. Er hatte den Präsidenten von Frankreich beauftragt, Deutschland in bestimmten Verhandlungsthemen zu vertreten. Im Wesentlichen wurde dieser Schritt als Macht- und Kohäsionsvorführung der deutsch-französischen Achse definiert, die in der EU als unangezweifelter Regierungspool erscheint.

Über den Verfassungsplan der Europäischen Union wurde im Oktober des Jahres 2003 in Rom diskutiert. Die Gipfelkonferenz wurde speziell für dieses Thema einberufen. In Rom kamen schon die ersten Risse bezüglich des Zusammenhalts der EU der 27 zu Tage. Das Kommuniqué des Gipfeltreffens ist gekennzeichnet von der intensiven Neigung der damals «Fünfzehn», diejenigen Probleme zu überwinden die sich für die „Politische Vereinigung“ der EU als Hindernis erweisen könnten. Die deutsch-französische Achse, oder in Erweiterung der „harte Kern“ der EU, versucht die Beteiligung der Union auf der internationalen Szene zu verstärken, nämlich dass sie gleichberechtigter Teilhaber mit den USA bei der Bildung der „neuen Ordnung“ wird.

Die Europäische Verfassung ist im Wesentlichen ein neuer Pakt. Dieser Vertrag erfasst in sich alle vorhergehenden Verträge und Übereinkommen, in denen die herrschenden wirtschafts- und politischen Kräfte versuchen, die kleineren Länder zu unterjochen. Die Beschlüsse sollen von einem Direktorium gefasst werden, das die Mitgliedsstaaten mit der höchsten Einwohnerzahl der Union aufstellen; Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien, zu denen hoffte man eventuell Spanien und Polen hinzuzufügen. Auf dem Gipfeltreffen in Rom (Oktober 2003) wurden von Spanien und Polen erhebliche Einwände erhoben, Länder mit je 39 Millionen Einwohnern, die ohne Umschweife ihre gegensätzlichen Einstellungen zu der Revision des Vertrages von Nizza erklärten.

Es scheint, dass Spanien und Polen auf Grund des Vertrages von Nizza ein Privileg aus dem Beschlussfassungsverfahren erhalten sollen. Die beiden Länder verfügen über 27 Stimmen, zwei weniger als Deutschland, England, Frankreich und Italien, die über 29 Stimmen verfügen. Während des Nizzatreffens verfügten Deutschland und Frankreich gerade mal über jeweils 9% der Stimmen. Mit der Europäischen Verfassung steigen deren Prozentsätze auf jeweils 18% und 13%. Sie verfügen somit über ca. 1/3 der Stimmen. Wenn man Italien hinzufügt, verfügen diese drei Länder automatisch über 44% der Stimmen. Das heißt, daß kein Beschluß gegen sie gefaßt werden kann, auch wenn es sich die übrigen 24 Länder erhoffen, da Deutschland, Frankreich und Italien über 40% der Bevölkerung umfassen. Diese Quote bildet die „hemmende Minderheit“.

Polen und Spanien verweigern nämlich das zu konzedieren, was sie in Nizza gewonnen haben. In der neuen Verfassung, soweit es das Beschlussfassungsverfahren und die doppelte Mehrheit mit der einfachen Mehrheit der Mitgliedsstaaten, (die unbedingt 65% der EU der 27 vertreten müssen) betrifft, scheinen Spanien und Polen offensichtlich unterrepräsentiert. Die beiden Länder erhoben starke Einwände gegen die Neuabwägung der Stimmen. Sogar der Ministerpräsident von Spanien José María Aznar äußerte seine Meinung mit äußerst aufrichtigem „Mittelmeertemperament“, indem er bemerkte: „Ich liebe Frankreich so sehr, daß ich mich in Nizza verliebt habe“. Auf diese lyrische Art und Weise formulierte er seinen Widerspruch gegen

die doppelte Stimmenmehrheit. Durch diese werden die Länder mit großer Bevölkerung begünstigt. Zusammen mit Spanien und Polen konstituierten sich die kleineren Länder der EU. So haben die Regierungen dieser beiden Länder es auf sich genommen, die Last gegenüber den deutsch-französischen Bestrebungen bis zum Ende zu tragen. Natürlich ist allen bewußt, daß sich hinter diesem Protest England und Italien (Berlusconi) verbergen. Sie erhoffen sich somit weitere Einmischung der USA, was die Europäische Union betrifft. Auf die polnisch-spanischen Reaktionen reagierte der Bundeskanzler von Deutschland, Gerhard Schröder energisch, indem er erklärte: „Es ist nicht möglich, daß Deutschland mit 82 Millionen Einwohnern über 29 Stimmen verfügt, und Polen und Spanien zusammen mit insgesamt 80 Millionen Einwohnern, über 54 Stimmen verfügen“.⁴³

Das „Scheitern“ von Rom schaffte freien Raum für die Drohungen des „eisernen“ Bundeskanzlers Schröder, indem er vor einer erneuten Überprüfung der Finanzierung der EU-Kassen, wie sie in den Verhandlungen über den Gemeinschaftshaushaltsplan für 2004 festgelegt worden war, warnte. Der Kanzler kombinierte seine Drohung mit einer Warnung an alle, die daran interessiert sind, die Verfassungsverhandlungen nicht bis zum Dezember 2003 abzuschließen, ansonsten würde er mit seinen Drohungen weitergehen. Vermutliche Empfänger dieser Drohung sind höchstwahrscheinlich Spanien und Portugal, die Länder, die hauptsächlich aus den die Struktur fördernden Kassen Nutzen ziehen, aber auch Polen. Polen wird laut Bewertungen des französischen Finanzministeriums das meist begünstigte Land der Europäischen Erweiterung sein. Im Zeitraum 2007-2013 werden 4% des polnischen BSP durch die Europakassen finanziert.⁴⁴

Die Kraft des Stärkeren, das ist die „Heilige Europäische Familie“, und so zynisch es auch klingt, „Soll und Haben“ ist die unverletzliche Regel der Mitgliedstaaten im Rahmen der EU.

Dem Scheitern des Gipfeltreffens in Rom (Oktober 2003) folgte der „Sturm“ von Brüssel (Dezember 2003) und der lärmende Misserfolg dieses Gipfeltreffens, die Europa-Verfassung zu bestätigen. Die Gegensätze zwischen den Ländern Spanien (Aznar), Polen, Portugal (Barroso) und einer kleineren Zahl anderer Länder wie z. B. Estland mit der diskreten Unterstützung Englands einerseits, und den Ländern des deutsch-französischen Blocks andererseits, erwiesen sich als unüberbrückbar, zumindest zu jenem Zeitpunkt. Der polnische Standpunkt reizte Deutschland so sehr, dass die deutsche Regierung die Erweiterung der EU der 27 unter der Bedingung, dass sich Polen einreihe, forderte. Und obwohl Polen zusammen mit den anderen Ländern Mittel- und Osteuropas unter deutscher „Aufsicht“ aufwuchs, entdeckten sie „plötzlich“ Amerika, als sie das Visum zum Eintritt in die EU bekamen..! Diese Entwicklung veranlasste den deutschen Kanzler zu dem schroffen Kommentar: „Wer den kollektiven Fortschritt ignoriert, kann nicht unbestraft davonkommen“⁴⁵. Offensichtlich drohte er den Polen mit finanziellen Beschneidungen, indem er glaubhaft auf den neuen Finanzrahmen der EU hinwies.

Das Beschlussfassungsverfahren erwies sich als unüberwindliches Hindernis für die Erlangung eines Übereinkommens während des Gipfeltreffens von Brüssel im Dezember 2003. Der Rahmen des Vertrages von Nizza, der bis zum Jahr 2009 angewendet werden soll, sieht für jene Beschlüsse bei denen die Sondermehrheit erforderlich ist, das Beschlussverfahren der „abgemessenen Stimmen“ vor. Diese wurden den Mitgliedstaaten der EU zugeteilt, unter der Voraussetzung, dass das Ergebnis den 62% der Bevölkerung der Union entspricht. Die Europäische Verfassung sieht eine vereinfachte Form der „doppelten Stimmenmehrheit“ vor. In diesem Fall genügt für die Beschlussfassung eine Mehrheit von 14 aus den 27 Mitgliedstaaten,

⁴³ In: *Rizostastis* 7.12.2003

⁴⁴ Eleni Triantafillidi, „In der Luft..die neue Verfassung von Europa“, in: *Kathimerini*, 9.11.2003

⁴⁵ Christina Poulidou, „Historik“-entweder, oder...“ in: *Aygi*, 14.12.2003.

die gleichzeitig 65% der Bevölkerung der Union vertreten. Aber dieser Punkt erwies sich als höchst verhängnisvoll, denn Spanien und Polen erhoben Einspruch und forderten die Einhaltung des „Nizza-Plans“.

Offensichtlich führte die Gipfelkonferenz in Brüssel, zu einem totalen Scheitern wegen des Themas der Bestimmung der „Sondermehrheit“ für die Beschlussfassung im Europarat. Die wirklichen Gründe aber, des Scheiterns müssten in den unterschiedlichen und abweichenden Meinungen über die zukünftige Zusammensetzung der EU der 27 gesucht werden. So stehen auf einer Seite der übernationale Europäische Bundesstaat und die Annäherung der „Vertiefung“, also der politischen Vereinigung der Gemeinschaft, die von dem deutsch-französischen Block, den Benelux Ländern u.a. unterstützt wird. Diese Länder erstreben die Entwicklung der EU der 27 in eine politische Union mit gültigen Gesetzen, und mit einer autonomen Politik im internationalen System, als ein neues Einflusszentrum. Auf der anderen Seite, vertreten durch die skandinavischen Länder und die neuen Beitrittsländer, die eine interregionale, nationalstaatliche Auffassung der EU unterstützen, handeln diese Länder unter diskretem amerikanischen Einfluss und erhoffen sich ein Europa der 27 als eine noch immer internationale Organisation der Zusammenarbeit, ohne autonome übernationale Organe und eine unabhängige internationale Präsenz.⁴⁶

Polen hat, bevor es Mitglied der EU der 27 wurde, äußerst kategorisch seine Auffassung ausgedrückt. Durch seine unversöhnliche Haltung und das „veto-liberum“ wollte es uns an seine aristokratische Vergangenheit erinnern und sich etablieren als einer der Protagonisten eines innereuropäischen Sichmessens. Das Wall Street Journal hat diesbezüglich bemerkt: „wir gratulieren Polen und Spanien, die sich in einer kritischen Situation der Geschichte Europas erhoben haben. Beide Länder haben dem unerbittlichen Druck Deutschlands und Frankreichs standgehalten, die nie ihr Vorhaben gelehnt haben, den Antiamerikanismus festzuschreiben, der ihren Kreuzzug in der EU gegen den Krieg der USA im Irak unterstützt“.^{47 48}

Das Wesen der Meinungsverschiedenheiten in der EU liegt in dem Versuch das kapitalistische System in ein immer gültiges soziales System umzuwandeln. Der deutsche Bundeskanzler Gerhard Schröder betonte in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung: „Es ist offensichtlich, dass, wenn wir in der nahen Zukunft nicht zu einem Übereinkommen gelangen, was die Europa-Verfassung angeht, wir eine Union der zwei Geschwindigkeiten haben werden“.⁴⁹

Im Rahmen der innereuropäischen Gegensätze zeichnet sich die Zukunft der kapitalistischen „vereinten“ Union, die sich sehr schwierig entwickelt, ab. Das wirkliche Problem liegt tatsächlich nicht in dem Beschlussfassungsprozess, sondern in den grundlegenden Unterschieden zwischen den Mitgliedstaaten, bezüglich der kapitalistischen Zukunft Europas. Der Nationalstaat ist nicht in der Lage über die Legalisierung der Wirtschaftslenkung zu verfügen und die EU verfügt nicht über einen Staat, um sich einzuschalten. Demnach funktioniert die Wirtschaft ohne Staatsintervention.⁵⁰ Mit anderen Worten, die „Europäische Vereinigung“ ist Glanzstück für die neoliberale Globalisierung. Föderalisten und aufrichtige Nationalisten

⁴⁶ Panagiotis Ioakeimidis, „alles ist möglich...“, in: *Nea*, 19.12.2003

⁴⁷ In: Wall Street Journal, 15.12.2003

⁴⁸ Georgios Delastik, „Die Erweiterung der EU führte zu einer großen Krise“, in: *Kathimerini*, 21.12.2003.

⁴⁹ Georgios Delastik, „Die Erweiterung der EU führte zu einer großen Krise“, in: *Kathimerini*, 21.12.2003

⁵⁰ Antonios Manidakis, „Eine neue Konvention, keine Europa-Verfassung“, in: *Epxoi*, 26.10.2003

konkurrieren um weniger Sozialstaat und „vergöttern“ die Marktwirtschaft. Das heißt, dass die EU das freie Spiel der Kräfte und die Marktwirtschaft sichert.⁵¹

4. Die wirtschaftlichen und politischen Konsequenzen nach dem anfänglichen Scheitern der Europäischen Verfassung

Auf die amerikanische Herausforderung und den vorläufigen Sieg, den die mit den USA verbündeten Länder der EU der 27 errangen, antwortete der „harte Europäische Kern“. Die „sechs“ Hauptmitgliedstaaten und Finanziere des Gemeinschaftsbudgets (mit 13,3 Milliarden Euro jährlich), Deutschland, Frankreich, Holland, Schweden, England und Österreich forderten die Senkung der Gemeinschaftsfinanzierungen von derzeit 1,24% auf 1% des Europäischen BSP im Zeitraum von 2003 bis 2013. Infolgedessen wird die Maximalgrenze auf 1% beschränkt werden, und die tatsächlich Summe sich nur noch auf ca. 0,8%-0,9% des Europäischen Brutto-Sozialprodukts belaufen, sofern der Vorschlag der «Sechs» durchkommen sollte.^{52 53 54 55 56} So wurde mit der Europäischen Verfassung im Wesentlichen das Gründungskonzept der ehemaligen EU verlassen. Dieses Konzept stützte die Mitgliedstaaten durch die formelle Ebenbürtigkeit, was die institutionellen Probleme betrifft.

So wurde mit der Europäischen Verfassung in 36 Punkten das Vetorecht der Nationalstaaten abgeschafft und die Beschlüsse werden durch ein Mehrheitsverfahren gefasst. Viele Sektoren, so die der Freiheiten, der Sicherheit und der Justiz, werden aufgehoben. Darüber hinaus wird das Vetorecht in der gemeinsamen Agrarpolitik, beim Arbeitnehmerschutz, auf dem Energiesektor, und bezüglich der Rolle der Zentralbank abgeschafft, während im Gegensatz das Vetorecht bei der Besteuerung beibehalten wird, was hauptsächlich mit den steuerlichen Vorteilen der großen Unternehmen zu tun hat.

Das Referendum von 2005 für die Ratifizierung der Europäischen Verfassung ist in zwei Staaten, Frankreich und Niederlande, gescheitert und wurde in den übrigen Ländern der EU ausgesetzt. Somit ist Europa in eine tiefe Krise geraten mit vielen negativen Folgen.

5. Schlußfolgerungen

Die europäische Wirtschaftsintegration und die Globalisierung bilden innere Tendenzen der kapitalistischen Art und Weise sozialer Reproduktion. Das zeigt der ganze Geschichtsverlauf des Kapitalismus. Die Zentrierung und die Zentralisierung des Kapitals werden unter spezifischen historischen Bedingungen verwirklicht, bei denen die Internationalisierung der Produktion einen elementaren Bestandteil bildet. Die ständige Jagd nach dem Kapitalgewinn gerät in vollen Gegensatz durch die Zerstückelung der Produktionskräfte. Seit seiner Gründung ist der Kapitalismus bis heute auf der Suche nach dem „globalen“ Namen des Gewinnvorteils.

⁵¹ Antonios Manidakis, „Wer regiert in Europa?“, in: *Epoxi*, 2.11.2003.

⁵² „Das Gipfeltreffen der Europäischen Union“, in: *Rizospastis*, 12.12.2003

⁵³ Dimitra Kadda, „Die Risiken Griechenlands“, in: *Eleftherotypia*, 22.12.2003

⁵⁴ Konstantinos Kallergis, „Knirschen in Europa: der Einschreibebrief der „sechs“, in: *Eleftherotypia*, 17.12.2003

⁵⁵ Dimitra Kadda, „Die Risiken Griechenlands“, in: *Eleftherotypia*, 22.12.2003

⁵⁶ Dimitra Kadda, „Die Risiken Griechenlands“, in: *Eleftherotypia*, 22.12.2003

Die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft war mehr oder weniger nichts anders als ein objektiver Versuch des Kapitals nach Weltherrschaft. In unserem Jahrhundert gehorchen die wirtschaftlichen und politischen Integrationen den Gesetzen der Anhäufung des Kapitals.

Der frische Wind des globalisierten Kapitalismus weist viele Gegensätze, Widersprüche, Konfrontationen und Konflikte auf, die sich entweder offen oder verdeckt darstellen. Darüber hinaus sollte uns nicht der bekannte Ausspruch von Marx aus der Erinnerung entschwenden: „Der größte Feind des Kapitalismus sind die Kapitalisten selbst“. Jeder einzelne Kapitalist und jeder einzelne kapitalistische Staat ist imstande, Feuer zu legen und das System zu vernichten, um aus dessen Asche und dessen Ruinen Gewinne zu erzielen. Das hat das ganze Vorgehen der EWG gezeigt und das zeigt auch heute die EU.

Das wirtschaftspolitische Phänomen der Europäischen Vereinigung entspricht der objektiven Tendenz der Wirtschaftsentwicklung, die laufend internationalisiert wird. Die Konkurrenz ist heftig, die Kriege erfolgen manchmal heimlich und manchmal brechen sie offen aus. In diesem Rahmen der internationalen Konkurrenz funktioniert auch die Europäische Vereinigung. Die Zukunft ist ungewiss. Schiedsrichter ist der Klassenkampf!!

6. Literaturverzeichnis

- Agorastos K., Kostopoulos Tryphon, «Evaluation of Regional Development in Eastern - Central Greece through Integrated Mediterranean Programme», Regional Science Association 37th European Congress, Roma, Italy, 26-29 August 1997.
- Agorastos K., Kostopoulos Tryphon, Varelas E., «Regional differences between North and South Greece at the turn of the century», Regional Science Association 38th European Congress, Vienna, Austria, 28 August- 1 September 1998.
- Bitsakis Eftichis, *Bruch oder Einverleibung*, Verlag, Synchroni Epochi, Athen, 1989.
- v. Bredow Wilfried, *Die Außenpolitik der Bundesrepublik Deutschland, eine Einführung*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2006.
- Delastik Georgios, „Die Erweiterung der EU führte zu einer großen Krise“, *Kathimerini*, 21.12.2003.
- Boerzel Tanja, *States and regions in the European Union institutional adaptation in Germany and Spain*, Cambridge University press, 2002.
- Buzan Barry-Waever Ole, *Regions and powers the structure of international security*, Cambridge University Press, 2003.
- Commission of the EC, „One market, one money“, *European Economy*, October, No. 44/1990e.
- Cremona Marisa, *The enlargement of the European Union*, Oxford university press, 2003.
- European Commission, *Economic Policy in EMU: Part B: Specific Topics*, Economic Papers No 124, November, 1997.
- European Union, *Regional and local powers in Europe*, Brussels, 2002.
- European Commission, Eurostat yearbook the statistical quite to Europa data 1989-1999, Eurostat yearbook, 2001.
- European Commission, *The impact of the introduction of the Euro on capital markets* (“Giovannini Report”), July, 1997.
- European Monetary Institute, *The Single Monetary Policy in Stage Three: General Documentation on ESCB Monetary Policy Instruments and Procedures*, European Monetary Institute, Frankfurt am Main, September, 1997.

- European Parliament, task force on Economic and Monetary Union, *The Euro and the Consumer*, Briefing 28, Luxembourg, May 1997.
- Eurostat, Europäisches Parlament, *Thematische Berichte über das Europäische Parlament und die Wirksamkeit der Europäischen Union*, Forschungs-Generaldirektion, Brüssel-Luxemburg, 1994.
- Fukuyama Francis, *The End of History and the Last Man*, Hamish Hamilton, London, 1992.
- Gellner Ernest, *Nation and Nationalism*, Oxford, 1983.
- Generaldirektion, Brüssel-Luxemburg, 1994.
- Gramsi Antonio, „Einige Themen über die Probleme des Südens“ in Antonio Gramsi, *Politische Texte*, Odysseus Vrlg., Athen, 1975. (in griech).
- Haas-Neumair, *Internationale Wirtschaft*, Verlag Oldenbourg 2006.
- Hobsbawn, E. J., „Nationalism“, *New Statesman and Society* (24.4.1992).
- Hrbek Rudolf-Weyand Sabine, *Betrifft: Das Europa der Regionen*, Beck'sche Reihe, München, 1994.
- Huntington Samuel P, «The clash of Civilization», *Foreign Affairs*, 72(3), January, 2002.
- Ioakeimidis Panagiotis, „alles ist möglich...“, in: *Nea*, 19.12.2003.
- Kallergis Konstantinos, „Knirschen in Europa: der Einschreibebrief der „sechs“, in: *Eleftherotypia*, 17.12.2003.
- Kadda Dimitra, „Die Risiken Griechenlands“, in: *Eleftherotypia*, 22.12.2003.
- Kolmer K., „Wird die Europäische Union heute regieret oder ist sie föderativ?“, in: *Macedonia*, 11.06.1995.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2. Protokoll.
- Kostopoulos Tryphon, *Europäische Wirtschaftsintegration und Nationalstaat Regionalpolitik der Europäischen Union*, Verlag Kyriakidis, Thessaloniki, 2000.
- Kostopoulos Tryphon, «Europe of Regionals and future of the National-State», Regional Science Association 39th European Congress, Dublin IRELAND August 23-27/1999.
- Kostopoulos Tryphon, «The Economic and Monetary Union of EU, and the regional inequalities in Greece», Regional Science Association 40th European Congress, Barcelona SPAIN August 29-1 September 2000.
- Kostopoulos Tryphon, «The Regional Inequalities in the European Union and the Countries of Community Cohesion (Portugal, Spain, Ireland and Greece)», Regional Science Association 41th European Congress, Zagreb Croatia August 29-1 September 2001. Zagreb, 2001.
- Kostopoulos Tryphon, «The Regional Dimensions of the European Integration Under the Expected Expansion of the European Union», Regional Science Association 42th European Congress, Dortmund, Germany August 27-31/2002, Dortmund, 2002.
- Kostopoulos Tryphon, «The European Monetary Union and the Regional Inequalities», Regional Science Association 43th European Congress, Jyväskylä, Finland 27th-30th August 2003.
- Kostopoulos Tryphon, Varelas E, «European economic integration and the Community budget», Regional Science Association 44th European Congress, Porto, Portugal 25th-29th August 2004.

- Kotzias Nikos, «Die Rolle der Bundesrepublik Deutschland in der neuen Architektur Europas». In: C. Thomas und K-P. Weiner (Hrsg.): *Auf dem Weg zur Hegemonialmacht? Die deutsche Außenpolitik nach der Vereinigung*. Köln 1993.
- Lenin B. I., „im Zeichen der Vereinigten Staaten Europas“, Apanta, Band 26. Synchroni Epochi Vrlg., Athen, 1978, (in griech).
- Manitakis Antonios, „Eine neue Konvention, keine Europa-Verfassung“, in: *Epxoi*, 26.10.2003.
- Manitakis Antonios, „Wer regiert in Europa?“, in: *Epxoi*, 2.11.2003.
- Poulidou Christina, „Historik“-entweder, oder...“ in: *Aygi*, 14.12.2003.
- Rizostastis*, „Das Gipfeltreffen der Europäischen Union“, 12.12.2003.
- Schimmelfennig Frank, *the EU, NATO and the Integration of Europe rules and rhetoric*, Cambridge University Press, 2003.
- Schwengel Hermann, „Zwischen 1989 und 1992. Der innere Widerspruch Europas“ In: Hager Frithjof- Schwengel Hermann (Hrsg.) *Wer inszeniert des Leben? Modelle zukünftiger Vergesellschaftung*, Fischer Verlag, Frankfurt am Main 1996.
- Triantafillidi Eleni, „In der Luft...die neue Verfassung von Europa“, in: *Eleftherotypia*, 9.11.2003.
- United Nations (2000) Human Development Report 1999.
- United Nations (1999) Human Development Report 1998.
- Vima*, „Albert Einstein“ 24.02.2002.
- World Bank Report (2000), World Development Report 1999/2000.

Interpersonale Kommunikation als notwendiges Funktionsmittel am Beispiel eines Museumsablaufs

Dimitrios Stavrakis

Universität von Sorbonne Paris – Universität I Nancy 2 Fachhochschule

inter@otenet.gr

Zusammenfassung

Ziel dieses Artikels ist es, die Problematik der Terminologie „Interpersonale Kommunikation“ bewusst zu machen. Untersucht wird, wie zufrieden sind Angestellte und Archäologen/Museumsführer mit dem Arbeitsplan, der Museumsdirektor mit deren Einsatzbereitschaft und die Museumsbesucher mit dem Ausstellungsprogramm. Wobei berücksichtigt wird, dass das Erfolgserlebnis ein subjektives Empfinden ist und von den Erwartungen und Ansprüchen aller Beteiligten abhängt. Museen sind Kultur-Oasen und sollen zu Entdeckungsreisen animieren. Dies kann nur erreicht werden, wenn die dazu notwendige erfolgreiche Funktion der Interpersonalen Kommunikation berücksichtigt wird.

Schlüsselwörter

die Interpersonale Kommunikation, Museum, Angestellte, Archäologen/Museumsführer, Museumsbesucher

1. Einleitung

Ein altes griechisches Sprichwort sagt: "Nicht die Dächer machen das Dorf, sondern die Menschen darin" Eine Sentenz, die eine Zeit lang von vielen Autoren als geringfügige Formel für Individualismus und demokratische Grundeinstellung angesehen wurde. Im Sinn des Themas: "Interpersonale Kommunikation als notwendiges Funktionsmittel am Beispiel eines Museumsablaufs" ändern wir das Sprichwort wie folgt: "Nicht die Dächer machen das Dorf, sondern die steigende Zufriedenheit der Museumsbesucher und des gesamten Museumspersonals". Hierzu ist eine erfolgreiche Anwendung der Interpersonalen Kommunikation erforderlich, mit der die Museumsangestellten zum zufriedenstellenden Einsatz motiviert werden. Somit erreicht man ein Ansteigen des Qualitätsniveaus in allen Arbeitsbereichen eines Museums. Das Qualitätsniveau des Arbeitseinsatzes der Beteiligten wiederum hängt von deren Leistungsfähigkeit und Leistungswillen ab. Die Leistungsfähigkeit der Beschäftigten folgt aus der Begabung für die zu verrichtenden Arbeiten, dem allgemeinem Bildungsniveau, der Ausbildung und Weiterbildung, dem Lebensalter und den Erfahrungen, der körperlichen und psychischen Verfassung und weiteren personenbezogenen Faktoren. Den Leistungswillen beeinflusst zum größten Teil das innerbetriebliche Arbeits-Verhältnis, wie Höhe des Lohns, Arbeitsbedingungen und Arbeitsklima im Museum, dem organisatorischen Aufbau des Betriebes in Bezug auf Aufstiegsmöglichkeiten und sozialer Absicherung, sowie die stetige technische und wirtschaftliche Entwicklung des Museums, um einige der von außen einwirkende Faktoren zu erwähnen.⁵⁷

⁵⁷ Lechner K.,(1975). Betriebswirtschaftslehre-Einzelwirtschaftliche Grundlagen,3., erweiterte Auflage, Wien, Seite30

2. Definition Kommunikation und ihrer Abgrenzung

Bevor wir uns der bekannteren Definition der Kommunikation zuwenden, ist es notwendig, sich daran zu erinnern, dass jede Art der Mobilität von Individuen oder Gruppen, die Chance des Informationsaustausches bietet, also der Kommunikation, wie uns die naheliegende Geschichte als Beispiel zeigt.

Vom Gesinde des Fürstenhofes, von umherziehenden Kaufleuten auf der Durchreise, Gesellen auf der Wanderschaft und Höckern auf dem Jahr- und Wochenmarkt, nicht zuletzt von froneleistenden Bauern und kommerziellen Fuhrunternehmern, sowie kaufmännischen und städtischen Boten - von Vagabunden und dem sonstigen fahrenden Volk ganz zu schweigen - konnte man potentiell etwas aus der Ferne erfahren...Gegen Ende des Mittelalters werden politische Nachrichten, Gerüchte und Meinungen, die im allgemeinen Volk kursierten, („Bauerngeschrei“, „gemeine Rede“) nachweisbar, weil die Herrschenden sie in zunehmendem Maße ernst nahmen und zu lenken versuchten. Wollen wir die „Kommunikation“ im Mittelalter erörtern, müssen wir uns vor Augen halten, dass zu dieser Zeit die Nachrichtenübermittlung überwiegend mündlich geschah.⁵⁸

3. Begriffe der Kommunikation

In der kommerziellen Welt ist Kommunikation die Kunst, sich dem Verbraucher in wirksamer Form mitzuteilen. Man bedient sich hierzu einer Reihe von Kommunikationsträgern, wie zum Beispiel der Presse, des Funks und Fernsehens, sowie des Films. Plakate und Postwurfsendungen gehören ebenfalls zu den gängigen Kommunikationsträgern.⁵⁹

Über die Abgrenzung des Begriffs Kommunikation herrscht in der Literatur keine Einigkeit. So bezeichnen z.B. Watzlawick, Beavin und Jackson⁶⁰ als Kommunikation einseitige Mitteilungen von einer Person zur Anderen. Ein wechselseitiger Ablauf von Mitteilungen zwischen zwei oder mehreren Personen wird als Interaktion bezeichnet. Außerdem darf als Kommunikationsmedium innerhalb eines bestimmten Kontextes keineswegs nur das Wort verstanden werden, sondern alle paralinguistischen Phänomene, wie Tonfall, Sprachgeschwindigkeit, gefüllte und ungefüllte Pausen, Laute von sich geben wie Lachen und Seufzen, der bewusste Einsatz der Körperhaltung, Ausdrucksbewegungen und konkrete Körpersprache wie Mimik, Augenkontakt und Berührungen, sowie unbewusste Kommunikations-signale wie das Erröten und Schwitzen. Für Weaver⁶¹ 'sind "alle Verfahren, durch die ein geistiges Wesen auf ein anderes geistiges Wesen einzuwirken vermag" im weitesten Sinne Kommunikation und C. Cherry⁶² 'meint, Kommunikation sei "das, was jeden Organismus zusammenhält". Wobei mit dem Wort Organismus gemeint sein kann: zwei Freunde im Gespräch gemeint sein kann, Zeitungen und ihre Leserschaft oder eine Ortschaft mit seinem Post- und Telefonsystem, ebenso - auf anderen Ebenen - das Nervensystem eines Tieres oder eine Zivilisation und ihre Kultur. Wenn Kommunikation nicht mehr praktiziert wird, so fällt auch dieser Organismus zusammen. Cherry ist weiter der Meinung, dass nicht allein Antwort oder Reaktion auf einen Reiz Kommunikation beinhaltet, sondern, dass Kommunikation im

⁵⁸ North M., mit Beiträgen von: Ger. Ambrosius., Stuart J , R. Metz, Harm G. Schroeter und D. Zeiger: Deutsche Wirtschaftsgeschichte- Ein Jahrtausend im Überblick, Verlag C.H. Beck München, seite:32

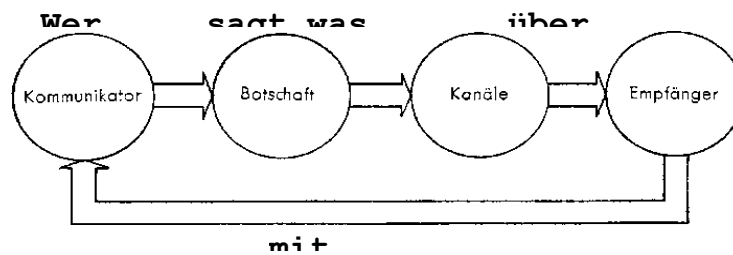
⁵⁹ Kerler R.,(1985). Begriffe des Managements-Wichtige Wörter und Begriffe von A bis Z ausführlich erklärt, Humboldt- Taschenbuchverlag, München, seite:64

⁶⁰ Watzlawick P., Beavin J.H., Jackson D., (1972). Menschliche Kommunikation Stuttgart, Seite 50

⁶¹ Weaver W., in Smith, A.G (1966). Communication and Cultural, New York, Seite 15

⁶² Cherry E.C., in Smith, A.G (1966). The communication of Information, New York, Seite 35-40

Wesentlichen das Verhältnis oder die Beziehung ist, die bei der Übermittlung eines Reizes und



Ab 1: P. Kotler., (1977) Das kommunikationsmodell, S.617

dem darauffolgenden Hervorrufen einer Antwort zustande kommt. Newman⁶³ wiederum ist der Auffassung, dass Kommunikation jede mögliche Übermittlung von Information umfasst, mit oder ohne Reaktion, mit oder ohne Feedback. Und Meier schlägt für Kommunikation folgende Formen vor: Face-to-Face (Konferenzen, Treffen, Klatsch), Lesen (von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern usw.), Mensch-Maschine (Navigieren von Instrumenten, Untersuchungen mit dem Mikroskop, Überwachen von Radar, usw.), Maschine-Maschine (Feedback, Automatik). Person zu Person mit Einsatz technischer Geräte (über Telefon, Radio, TV, Film),

4. Gruppensituation

Im Hinblick auf die Gruppensituation verstehen wir unter Kommunikation den Prozess, wodurch eine Person einer oder mehreren Personen etwas von sich mitteilt und von den Zuhörern annähernd so erlebt wird, wie er sich als Mitteilender selbst erlebt. Da in diesem Prozess notwendigerweise eine vollkommene Identifikation von Kommunikant und Empfänger nie stattfinden kann, ohne die Identität des einen in die des anderen aufzulösen, ergibt sich von vornherein die Möglichkeit eines Wachstums der Kommunikation, Dem sind allerdings Grenzen gesetzt. Ein Teil des Kommunikationssystems ist durch das gewählte Übertragungssystem vorgegeben. Das Übertragungssystem bestimmt das Kommunikationssystem insofern, als es vorschreibt, dass ein wichtiger Teil von Nachrichten, nämlich Anordnungen und deren Vollzugsmeldungen nur nach Maßgabe des Übertragungssystems vorgenommen werden dürfen. Allerdings würde der Nachrichtenaustausch zwischen den Übertragungsorten zu schwerfällig fortschreiten, würde man für alle Nachrichten die Wege des Übertragungssystems vorschreiben. Es muss daher aus dem Aufgabengefüge ein eigenes Kommunikationssystem abgeleitet werden, das auch gewisse Regeln für den Nachrichtenaustausch vorsieht. Diese können sich beziehen auf: die Kommunikationswege, die für bestimmte Nachrichten einzuhalten sind, Form und Technik des Nachrichtenaustauschs, sowie Anlass und Zeitpunkt der Nachrichtenübermittlung. Dabei nehmen die beiden zuletzt erwähnten Punkte allerdings schon den organisatorischen Ablauf der Tätigkeiten vorweg.⁶⁴

⁶³ Newman J.B. in Smith, A.G (1966). A rationale for a definition of Communication , New York, Seite 55-63

⁶⁴ Wöhe G.,(1975). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11, Auflage, Vahlens Handbücher der Wirtschafts – und Sozialwissenschaften, Universität des Saarlandes, Seite158

5. Allgemeine Thesen über die Kommunikation im Museum

Jede Art von Verhalten im gesamten Tagesablauf eines Museum übermittelt eine Botschaft und ist eine Form der Kommunikation. So übermittelt ein Archäologe/Museumsführer durch die Interaktion mit den Museumsbesuchern weit mehr als nur den Inhalt der Botschaft, die er zu übermitteln wünscht. Er bringt sich selbst dar. Die gesamte Botschaft an die zuhörenden Besucher eines Museums deutet in Wirklichkeit darauf hin, wie der Archäologe/Museumsführer sich selbst auch als Persönlichkeit fühlt, wie er, der Archäologe/Museumsführer die Museumsbesucher als Persönlichkeit sieht und wie erfolgreich der Archäologe erkennt, ob die Besucher auf seine Botschaft reagieren.

Das Museum von Delfi



Eine der herausragenden Schöpfungen des Strengen Stils ist der Wagenlenker. Er wurde fast unbeschädigt gefunden und gehörte zu einem Bronzeviergespann...

Photos Quelle:el.wikipedia.org. mit datum:6/6/2012.

Diese Vorstellung über Kommunikation im Umfeld eines Museums wird noch komplexer, wenn man sich vor Augen führt, dass sich der Archäologe/Museumsführer nur teilweise dessen bewusst ist, was er eben an die zuhörenden Museumsbesucher signalisiert hat. Unkenntnis über die gesamten Signale, die er während seiner Kommunikation übermittelt, führen zur Verzerrung seiner Information. Er als Archäologe/Museumsführer, selbst die Angestellten, teilen den

Museumsbesuchern unbeabsichtigt Informationen mit durch Tonfall, Sprechpausen, Körperhaltung, Gestik, Mimik und Augenkontakt; worauf der Museumsbesucher mit Verwirrung reagiert, der Archäologe/Museumsführer aber nicht versteht, warum auf seine Mitteilung anders als erwartet reagiert wird. Ein anderes Beispiel ist das eines Museumsdirektors, der sich seines drohenden Untertones in der Stimme nicht bewusst ist, aber seine Angestellten um deren ehrliche Meinung bittet und sich anschließend über ihre mangelnde Aufrichtigkeit wundert.

Die Arbeitsleistung im Betriebe wird weiter vom Verhältnis bestimmt, das jeder einzelne Angestellte zu dem Gegenstand seiner Arbeit und deren Verrichtung selbst besitzt. In vielen Bereichen, vornehmlich industrieller Betätigung, hat die fortschreitende Automatisierung des Fabrikationsprozesses dazu geführt, dass der Arbeitnehmer dem Gegenstand seiner Arbeit fremd und im Grunde desinteressiert gegenübersteht. Ein solcher Zustand der Arbeitsentfremdung äußert sich in Gleichgültigkeit, leichter Ermüdbarkeit und innerer Auflehnung.⁶⁵

Das Informationsgespräch aller beteiligten Angestellten, auch mit den Besuchern des Museums, ist also als dynamischer Prozess zu sehen, da der Gesprächspartner darauf reagiert und diese Reaktion wiederum den weiteren Verlauf der Kommunikation beeinflusst. Ein weiteres Problem stellt die Tatsache dar, dass Zuhören als selektiver Vorgang verstanden werden muss. Das heißt wir hören nur das, was wir auch hören wollen. Oder wir hören nur einen Teil des Gesagten, weil wir noch während des Gespräches mit unserer eigenen Antwort, den Gegenargumenten oder der Zurückweisung beschäftigt sind. Meist werden auch lediglich nur die gesprochenen Worte, aber nicht die Gefühle des mitteilenden Gesprächspartners beantwortet. Das führt zum sogenannten "Motorboot Phänomen.", das sich meist durch Sätze zeigt, die mit "Ja, aber..." beginnen. In diesen Fällen kann mit einiger Sicherheit angenommen werden, dass der Botschaft beider Gesprächspartner Archäologe/Museumsführer und des Museumsbesuchers zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Desweiteren wenden viele Menschen einen großen Teil ihrer Energie dafür auf, ihre Kommunikation zu gestalten. Und sagen somit nicht, was sie wirklich denken oder fühlen.

6. Der Kommunikationsprozess

Kommunikation wurde allgemein als Informationsaustausch und Verständnis mehrerer Personen untereinander definiert. Wie entsteht aber diese Kommunikation?

Das Modell des Kommunikationsprozesses zielt darauf hin, dass jede Art der Kommunikation einen Sender benötigt, der Gedanken, Wünsche oder Information welcher Art auch immer einer anderen Person übermitteln möchte. Um aber geistige Wahrnehmungen übermitteln zu können, müssen diese Gedanken in Symbole umgewandelt werden, deren häufigste Art die menschliche Sprache ist. Das Problem im Arbeitsbereich eines Museums liegt darin, eine Ausdrucksform zu finden, Wünsche, Gedanken und Information als erfolgreiche Botschaft übermitteln zu können.

Die Botschaft ist das physische Produkt des Senders in Form von gesprochenem oder geschriebenen Wort, Zeichnungen, oder der Körpersprache wie Haltung, Mimik, Gestik, Augenkontakt, Erröten, Schwitzen, um nur einige Kommunikations-Signale zu nennen. Die Botschaft ist Ausdruck dessen, was der Sender mitteilen will und wird auch in hohem Maße vom Empfänger so entgegengenommen. Aus diesem Grund muss die Botschaft für beide Teile verständlich sein, anderenfalls wäre die Gefahr eines Missverständnisses zu groß. Eine

⁶⁵ Gutenberg E.,(1975). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftlicher Verlag. Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, Universität Köln, Seite 58

erfolgreiche Kommunikation kommt nur zustande, wenn der Empfänger das Übermittelte auch entschlüsseln kann. Zum Einen müssen sowohl Sender als auch Empfänger die verwendeten Symbole verstehen und zum anderen müssen sie den Symbolen den gleichen Inhalt bzw. eine identische Bedeutung beimessen. Beide benötigen ein gewisses "Erfahrungsfeld". Je größer die Überlappung der beiden Erfahrungsfelder ist, desto erfolgreicher verläuft die Interpersonale Kommunikation. Die erwähnten strukturellen Veränderungen, sind ihrerseits letzten Endes auf steigendes Bildungsniveau zurückzuführen. Denn je besser Individuen ausgebildet sind, desto höhere Ansprüche stellen sie in Bezug auf eigene Verantwortung, Selbständigkeit, Einkommen und Selbstverwirklichung. Auch muss erwähnt werden, dass je früher und je länger in der Erziehung das Schwergewicht auf die aktive Teilnahme und die individuelle Initiative gelegt wird, diese Werte vom Einzelnen anerkannt und auf die Einstellung zur Arbeit übertragen werden".⁶⁶

7. Die Grundlage der Kommunikation - Wirklichkeit und Wahrnehmung

Unserer Meinung nach co-existieren in einem Museum drei verschiedenen Welten: Die Welt der Strahlung: sie wird zwar von den Wissenschaftlern beschrieben, der Mensch ist aber nicht fähig sie wahrzunehmen. - Die Welt der Objekte: unser mikroskopisches und wahrnehmbares Umfeld. - Die Welt der Symbole und Gedanken: dies ist die Welt der Worte, Bezeichnungen und Folgerungen, jene in der über die "zweite Ebene" kommuniziert wird. Wir kennen diese drei Ebenen, doch werden sie oft verwechselt.

Durch die beschränkte Wahrnehmungsfähigkeit wird je nach Erfahrung, Gleiches oft verschieden interpretiert. So zum Beispiel wird der Direktor eines Museums, der eine Gruppe pausierender Angestellten beobachtet, verschieden reagieren. A) Wenn er der Meinung ist, dass seine Angestellten grundsätzlich faul sind, wird er daraufhin annehmen, die Angestellten seien zu wenig ausgelastet. B) Wenn er überzeugt ist, dass seine Mitarbeiter engagierte ausgezeichnete Arbeitnehmer sind, wird ihm in diesem Maße die Ruhepause als gerechtfertigt erscheinen. C) Wenn er selbst jedoch eine schwach ausgeprägte Persönlichkeit besitzt, wird er die angebliche Passivität seiner Mitarbeiter als Provokation und Angriff auf seine Autorität bewerten.

Ist der Museumsdirektor vom Leistungswillen seiner Angestellten überzeugt, wird er auch dementsprechend mit seinen Angestellten reden, um eine erfolgreiche Kommunikation zu erzielen. Wenn er Kritik üben muss, überlegt er sich sein Vorgehen genau. Er beginnt mit Fragen anstatt mit Behauptungen und Vorwürfen. Er wird Gefühlsausbrüche vermeiden. Bevor er letztendlich Kritik übt, wird er sich selbstverständlich genauestens über den Tatbestand informieren, um nicht von einer vorgefassten Meinung auszugehen, die sich später als unrichtig erweisen kann. Er stellt stets seinen Hauptgedanken klar heraus und führt Beispiele an. Er wird es vermeiden, den Kern seiner Darlegungen durch zu viele Abschweifungen zu verschleiern.⁶⁷

Bei falschem Einsatz Interpersonaler Kommunikation kommt es zu Klassifikationen, da rasch Informationslücken ausgetauscht werden, wobei die Abstraktion durch das Bewusstsein des Prozesses beeinträchtigt wird. Ein anderer Faktor der Kommunikation ist der augenblickliche Stand des Wissens, der die Bedeutung der Wahrnehmung beeinflusst. Zusammenfassend lässt sich demnach vorläufig sagen: Wenn die detaillierte empirische Erforschung der sozio-kulturellen Einzelphänomene nicht zu einer gedankenlosen „empiristischen Fliegenbeinzählerei“ degradiert

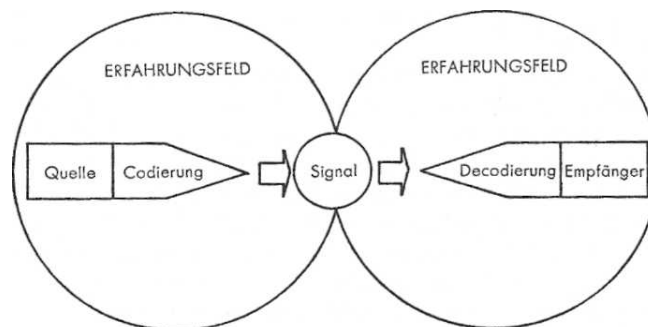
⁶⁶R. Likert., (1972). Neue Ansätze der Unternehmensführung, Bern-Stuttgart & Schanz (1978). Verhalten in Wirtschafts-Organisationen- Das Konzept überlappender Gruppen, Verlag Vahlen, Seite:170

⁶⁷ Stewart N.,(1970). So erzielt der Manager Ergebnisse, 2.Auflage, Verlag Moderne Industrie, München, Seite 46

werden soll, empfiehlt es sich, sie in ein Gefüge zunehmend allgemeiner werdenden, theoretischen Annahmen einzubauen.⁶⁸

8. Die Wichtigkeit der Interpersonalen Kommunikation in Organisationen

Wenn Gesprächspartner keine gemeinsame Sprache besitzen, verlieren sie ihre Fähigkeit miteinander in Kommunikation zu treten, und sind somit unfähig miteinander zu arbeiten. In einer Organisationsstruktur, wie zum Beispiel das Museum, sind nun Direktor und Angestellte im Umfeld des Arbeitsbereiches notwendigerweise durch Kommunikationsprozesse miteinander verbunden. Wie viel Zeit jedoch wird im Tagesablauf eines Museums für Kommunikation aufgewendet? Die Ergebnisse sind uns nicht bekannt. Manche behaupten in Museen sei die interpersonale Kommunikation starken Beschränkungen ausgesetzt. Eine Art der Organisationsanalyse ist es, das Museum in Form eines Kommunikationsnetzes darzustellen, in dem der Kommunikationsfluss deutlich wird. Als konservativ wäre er zu bezeichnen, wenn er (wie der Positivismus) auf Rechtfertigung angelegt wäre, das heißt Handlungen und Aussagen als richtig oder wahr zu rechtfertigen. Gerade dieser Denkweise setzt sich jedoch der Kritische Rationalismus entschieden entgegen. Sein zentraler Gedanke ist die Kritik, also gerade der Zweifel an der Richtigkeit und Wahrheit von Aussagen und Handlungen. Die Kritik am Bestehenden läuft auf dessen Änderungen hinaus, und zwar auf Änderungen mit Ziel der



Ab 2: Elemente einer erfolgreichen Kommunikation Quelle: P. KOTLER (1977).
C.E.Poeschel Verlag. Seite: 619

Bewältigung entdeckter Probleme.⁶⁹

Fazit

In der vorliegenden Untersuchung wurde versucht, bewusst zu machen, wie wichtig erfolgreiche Kommunikation für ein Museum ist. Jede Art von Kontakt übermittelt eine Botschaft und ist eine Form der Kommunikation; Worte genauso wie Gefühle, non- verbale Übermittlungen genauso wie verbale.

Museumsangestellte wie Archäologen/Museumsführer verwenden einen guten Teil ihrer Energie; um ihre eigene Kommunikation zu beeinflussen. Das heißt, sie sagen nicht das, was sie denken und fühlen. Sondern sie sagen nur das, was auch der Besucher hören möchte. Selbst Zuhören wird zu einem selektiven Prozess.

⁶⁸ Kreckel R., (1975). Soziologisches Denken – eine kritische Einführung, UTB, Leske Verlag+ Budrich GmbH, Opladen, Seite 37

⁶⁹ Kromphardt – Clever – Klipper.(1979). Methoden der Wirtschaft und Sozialwissenschaften, Gabler, Wiesbaden, Seite 62

Obwohl es kein "Rezept" für erfolgreiche Interpersonale Kommunikation gibt, da jenes die Dynamik des Prozesses stört, gibt es doch die Möglichkeit die interpersonale Verständigung zu verbessern. Dazu muss man sich Folgendes vor Augen halten: Erstens muss sich jede kommunizierende Person ihrer Gefühle bewusst sein, sowie der Tatsache, dass eben diese Gefühle sie selbst und ihre Kommunikation beeinflussen. Zweitens müssen unterschiedliche Gefühle jeder einzelnen beteiligten Personen toleriert werden: Ebenso muss der Wunsch im "Sender" gegeben sein, ein Gefühl der Sicherheit im "Empfänger" zu erzeugen. Zum Schluss muss, sowohl beim "Sender" als auch beim "Empfänger" der Wille vorhanden sein, mehr als die Hälfte der Verantwortung für die Effektivität der Kommunikation zu übernehmen. In einem erfolgreich funktionierenden Museum muss sich jeder Beteiligte bemühen, diese Kenntnis bewusst zum Einsatz zu bringen. Ein einfacher, aber durchaus plausibler Grundsatz lautete: "Ein zufriedener Arbeitnehmer bringt auch zufriedenstellende Leistungen".

Natürlich gibt es auch hier geteilte Meinungen, doch gerade in einem so sensiblen Sektor wie Kultur, muss man in einem Museum auf Freundlichkeit und nettes Entgegenkommen besonderen Wert legen. Einem unzufriedenen Arbeitnehmer wird es auf die Dauer kaum gelingen, seine Unzufriedenheit zu verbergen, was sich wiederum auf das Bild auswirkt, das sich der Besucher von einem Museum macht. Dazu kommt eine um sich greifende Monotonie. Das Fehlen des persönlichen Kontaktes zu Besuchern, führt beim Angestellten zu Frustration und Arbeitsunlust. Unserer Ansicht nach, ist ein gutes Betriebsklima absolut notwendig, damit ein Museum in Zukunft bestehen kann. Zur Notwendigkeit eines jeden Museums gehören erfolgreiche Botschaften, dynamische Informationen, eine verständliche Kommunikation und eine intakte zwischenmenschliche Beziehung zwischen Arbeitgeber – Angestellten - Archäologen/Museumsführer und letztendlich den Besuchern des Museums.

Allgemeine Literaturliste

Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft-Hellenische Verband der Regionalen Wissenschaftler, Dezember 2010, Volumen 1, No.1

Gibb, J, R. Defensive Communication, aus dem Review of General Semantics, (1965)

Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft-Hellenische Verband der Regionalen Wissenschaftler, Dezember 2011, Volumen 1, No.1

Stewart Nathaniel So erzielt der Manager Ergebnisse, 2.Auflage, Verlag Moderne Industrie, München, (1970).

Jost Krippendorf-Peter Zimmer-Hanz Glauber Für einen anderen Tourismus, Probleme-Perspektiven-Ratschläge, Fischer Taschenbuch Verlag, (1988).

Föppl Christine Halbe Arbeit-Doppelte Lohn, Econ Verlag, Düsseldorf-Wien, (1973).

Kreckel Reincherd, Soziologisches Denken- Eine kritische Einführung, UTB Leske, Opladen, (1976).

Gunter Gross., Chefarbeitstechnik, Exklusiv von Boehringer Mannheim GmbH, Wien, (2006)

Kromphardt – Clever – Klippert Methoden der Wirtschaft und Sozialwissenschaften, Gabler, Wiesbaden.(1979).

Gunter Gross., Das Anti-Ärger System, Exklusiv von Boehringer Mannheim GmbH, Wien, München (2006)

Gutenberg Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftliche Verlag, Dr. TH. Gabler, Wiesbaden,(1975).

Lechner Karl Betriebswirtschaftslehre, 3., erweiterte Auflage, Wien, (1975).

**Verbände- und Regionalforschung: Auf dem Weg zu einer Überbrückung.
Fallbeispiel Umweltpolitik und Entwicklung ländlichen Raums
Over-bridging Theory of Organized Interests and Regional Research.
Using Environmental Policy and Rural Development as an illustration**

Auszug aus dem Buch von Nikolaos D. Hasanagas:

Äußere Handlungsfähigkeit und innere Strukturen von Organisationen

S.108, ISBN 3-89821-390-0

(c) Ibidem-Verlag, Stuttgart 2004.

Reprinted with kind permission.

Nachdruck mit freundlicher Genehmigung

Email: n.hasanagas@gmail.com

Zusammenfassung: Die räumliche Ausbreitung eines Verbands wird von vielen Organisationstheoretikern als weitere Dimension horizontaler Organisationskomplexität (Ausdifferenzierung) betrachtet. Durch die Ausbreitung kann eine Organisation zu *lokaler Information, lokalen Anlaufstellen und lokaler Bevölkerung* Zugriff haben. Die Fähigkeit, Ressourcen zu erkennen und zu erschließen u.a. von der *räumlichen Ausbreitung* eines Verbands (lokale Stellen des Verbands) verstärkt wird. Allem Anschein nach ist die räumliche Ausbreitung für Top-Down- entwickelte Organisationen dienlich, während sie bei Koalitionen sehr häufig Komplikationen hervorrufen kann.

Schlüsselwörter: horizontale Ausdifferenzierung, räumliche Ausbreitung, Top-Down- entwickelte Organisationen, Koalitionen

Summary: The spatial dispersion of an association is regarded by several organization theorists as a dimension of horizontal complexity (differentiation). Through dispersion an organization can access local information, local lobbying points and local population. The capacity of an organization to recognize and open up resources is also fostered by spatial dispersion (local offices). The wide spatial dispersion seems to be favorable for the Top-Down developed organizations, while complications tend to appear in of spatially dispersed coalitions.

Keywords: horizontal differentiation, spatial dispersion, Top-Down developed organizations, coalitions

1. Einführung

Die Handlungsfähigkeit einer Organisation hängt u.a. von ihren Ressourcen ab. Allerdings besitzt eine Organisation keine eigenen Ressourcen, sondern muss diese in ihrer sozialen, institutionellen, ökonomischen und technischen Umwelt erkennen und erschließen (Resource- Dependence-Modell von PFEFFER/SALANCIK 1978). Diese Ressourcen begünstigen das Drohpotenzial und die Überredungsmacht der Organisation und können verschiedenartig sein (neue Mitglieder, Freiwillige, Informationen, Bündnispartner und Anlaufstellen, Finanzierungsquellen). Argumentiert wird, dass die Fähigkeit Ressourcen zu erkennen und zu erschließen u.a. von der *räumlichen Ausbreitung* eines Verbands (lokale Stellen des Verbands) verstärkt wird (HALL 1996:84).

2. Funktion der räumlichen Ausbreitung

Die räumliche Verbreitung wird von vielen Organisationstheoretikern als weitere Dimension horizontaler Ausdifferenzierung betrachtet (HALL 1996:56). Nur große Verbände oder Koalitionen von Verbänden können sich Filialen in verschiedenen Orten leisten. Im Fall von Koalitionen können vermutlich ihre Mitgliedsorganisationen diese Rolle spielen. Durch die Ausbreitung kann eine Organisation zu den folgenden Potenzialen Zugriff haben (MOE 1980): *lokale Information, lokale Anlaufstellen, lokale Bevölkerung.*

2.1 Lokale Information

Bevor ein Anliegen in die politische Diskussion kommt, tritt dieses als technisch-ökonomisches Problem bestimmter Orte auf. Anschließend wird die politische Diskussion darüber von Organisationen gefördert, die als erste Zugriff zu relevanten Informationen haben. Bevor z.B. *die Nachhaltigkeit in der internationalen Politikarena diskutiert wurde (Agenda 21), ist sie als lokales Problem in verschiedenen Arten und Formen und an mehreren Orten erschienen: Ausbeutung von Naturressourcen in tropischen Ländern, Vertreibung der lokalen Bevölkerung, Landflucht, Arbeitslosigkeit in Großstädten etc. Nichtregierungsorganisationen wie Entwicklungs- und Umweltorganisationen, die lokale Filialen hatten, hatten schon eigene Statistiken aufgestellt, Interviews mit betroffenen Zielgruppen geführt, visuelles Material erhoben und präzise Berichte erstattet. Ihre Berichte waren damit original und sehr plausibel (Überredungsmacht).*

Auf diese Weise haben diese Organisationen an Vertrauen gewonnen, und waren z.T. in der Lage die Rolle der (z.T. ungebetenen) Volksvertreter als erste zu übernehmen. Die Rolle dieser Organisationen ist bei der Agendagestaltung in der Politik ziemlich groß (NOLLERT 1997).

Die Erhebung lokaler Informationen unterscheidet sich nicht so sehr von einer Justizuntersuchung: Sie besteht auch aus Befragung örtlicher Zeugen oder Betroffener, Fotografieren etc. Dieses Material wird bearbeitet und die geeigneten Daten, die für die Stellung der Organisation sprechen, werden selektiert. Die daraus entstehenden Argumente werden nicht nur über die Presse, sondern auch über private Kommunikationsmittel der Organisation verbreitet. Dadurch können diese Organisationen Skandale androhen (Drohpotenzial) und auch bei jeder Argumentation schlagfertig sein, da sie über eine sehr große Datenbank verfügen (vgl. ARROW 1974:35f).

Ein charakteristisches Beispiel ist, dass im Jahr 1999 die EU-Kommissionsbeamten der Generaldirektion Umwelt nur die von den Umweltorganisationen vorgeschlagenen Schutzgebiete ("Schattenlisten") akzeptiert hatten. Das Hauptargument der EU-Beamten darüber war, dass Umweltorganisationen wie WWF und "Friends of the Earth" einen globalen Überblick über ganz Europa haben, und damit ihre Vorschläge größere Akzeptanz bei den örtlichen Bevölkerungen gefunden hätten (Experteninterviews 8,13,15).

Mit anderen Worten können die weit ausgebreiteten Organisationen nicht nur plausible Berichterstatter, sondern auch legitime Volksvertreter spielen, insbesondere wenn sie

auch gemeinwohlorientiert sind. Die Staatsorgane erwarten von diesen Organisationen relevante und globale Informationen und bieten institutionelle oder auch finanzielle Unterstützung als Gegenleistung (HENNING/WALD 2000). Entscheidungen, die auf diesen Informationen basieren, werden als legitim betrachtet, wenn diese Informationen aus gemeinwohlorientierten Organisationen stammen (MEYER/SCOTT 1983:202, vgl. SCOTT 1995:46).

2.2 Lokale Anlaufstellen

Die Kontakte zum Bürgermeister, zu anderen Behörden und anderen Organisationen sind äußerst bedeutsam für die Implementation eines Projekts. *Nicht selten -und nicht nur in "Entwicklungsländern"- bittet z.B. die Regierung die Nichtregierungsorganisationen um Hilfe bei der Sammlung von Humanitärhilfe. Dazu ist die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen und anderen Akteuren an verschiedenen Orten erforderlich.* Organisationen mit vielen lokalen Filialen bieten eine fertige Brücke zwischen Zentrum (Großstädte) und Peripherie (Kleinstädte und Dörfer). Unternehmen sind auch bereitwilliger, Spenden an weit verbreitete Organisationen zu vergeben. Denn sie glauben, dass diese ihre Firmennamen besser verbreiten können. Diese potentielle Hilfe ist schon ein wichtiges Drohpotenzial und erscheint nicht selten bei gemeinwohlorientierten Organisationen.

2.3 Lokale Bevölkerung

Organisationen mit vielen Filialen bieten nicht nur auf der Ebene der Anlaufstellen eine fertige Brücke, sondern auch auf der Ebene der Bevölkerung (vgl. HIRSCHMAN 1970). Organisationen mit Gemeinwohlorientierung finden eine bessere Akzeptanz unter der Bevölkerung. Viele davon -wie Umwelt-, Bildungs-, Religionsorganisationen- organisieren sorgfältig öffentliche Aktionen, woran die Partizipation großer Teile der Bevölkerung mobilisiert wird. Diese Aktionen sind sowohl attraktiv als auch zweckrational. Diese Aktionen sind z.B. Reinigungs- und Umweltaktionen, Spiele, spektakuläre Konzerte etc. je nach den örtlichen Erwartungen und dienen den Interessen der Organisationen (Anwerbung neuer Mitglieder, Mobilisierung, Öffentlichkeitsarbeit und politische Überredung bezüglich sozialer Anliegen wie Umwelt, Chancengleichheit etc).

Auf diese Weise kann eine Organisation ein Mobilisierungspotenzial an jedem Ort erhalten. Dies verstärkt drastisch ihr Drohpotenzial. Eine solche Organisation kann sogar den politischen Parteien nützlich sein.

3 Diskussion der räumlichen Ausbreitung

Unter Berufung auf die Notwendigkeit regionaler Partizipation, die auch von der Agenda 21 vorgesehen ist ("People's World"), schaffen es die räumlich weit ausgebreiteten Organisationen ihr Drohpotenzial und ihre Überredungsmacht zu maximieren. Dies gilt insbesondere für Organisationen, die mit Staatsinstitutionen verhandeln.

Die räumliche Ausbreitung hat positive Auswirkung auf die Handlungsfähigkeit, solange die lokalen Vertretungsstellen einer Organisation nur eine exekutive Rolle spielen, und

die Entscheidungsfindung einer zentralen Stelle der Organisation überlassen. Wenn die lokalen Stellen auch eine Entscheidungsrolle spielen, dann werden sie miteinander oftmals ziemlich große Koordinationsprobleme haben, da die lokalen Bedingungen stark unterschiedlich sein können und die lokalen Stellen zu unterschiedlicher Prioritätensetzung zwingen.

Die verschiedenen Aufgabendomänen einer Umweltorganisation (Entwicklung, Meerökosysteme, Naturerleben, Luftverschmutzung) finden vielleicht unterschiedliche Resonanz je nach Ort; für die Bevölkerung einer Großstadt ist evtl. das Naturerleben und Luftverschmutzungsanliegen am meisten relevant. Für eine arme Gebirgsbevölkerung sind eher die Entwicklungsanliegen von großer Bedeutung. Eine Insel oder eine an der Küste gelegene Kleinstadt ist wahrscheinlich der einzige Ort, wo bei der Bevölkerung ein starkes Interesse an Meerökosystemen erweckt werden könnte.

Wenn alle diese unterschiedlichen Filialen nur diese Information über das jeweilige Bevölkerungsinteresse an die zentrale Führungsstelle liefern, damit letztere ein Programm für das ganze Land herausarbeitet, das die lokalen Stellen danach durchführen, dann kann diese Organisation die oben erwähnten Potenziale (lokale Information, Anlaufstellen, und Bevölkerung) ideal verwerten.

Dies ist normalerweise der Fall bei Organisationen, die durch einen Top-Down- Prozess entwickelt wurden (NOLLERT 1997). Die meisten Umwelt- oder Entwicklungsorganisationen (z.B. WWF, Greenpeace, CAFOD) sind normalerweise auf diese Weise gestaltet (WAPNER 1996): Zuerst ist eine nationale Zentralstelle in einer Hauptstadt gegründet worden, und danach sind lokale Filialen entstanden.

Große Koordinationsprobleme können bei denjenigen Organisationen aufkommen, die durch Bottom-Up-Prozesse entstanden sind (Koalitionen und oftmals wirtschaftsorientierte Verbände) (vgl. MOE 1980). Bei einer Koalitionsorganisation können vermutlich die Mitgliedsorganisationen die Rolle der lokalen Stellen übernehmen. Aber in diesem Fall sind die Mitgliedsorganisationen älter als die Koalition. Sie haben deswegen schon gewisse eigene Prioritäten und Traditionen seit langem festgesetzt. In diesen Fällen stellt sich oftmals die Frage: *Existieren die Mitglieder für ihre Koalition, oder die Koalition für die Mitglieder?* Mit anderen Worten erwarten die Mitglieder oftmals, dass die zentrale Stelle als exekutives Organ für ihre lokalen Interessen fungiert, und sie sind kaum bereit, die zentrale Stelle als flexiblen ‚Agenten‘ anzunehmen und selber exekutives Organ zu werden. Normalerweise wird die zentrale Stelle nur von wenigen Lobbyisten und Hilfskräften besetzt, die organisatorische und Kommunikationsaufgaben erledigen (STRAUCH 1993a,b).

Sehr repräsentative Beispiele sind der Agrarverband Europas (COPA) und der Europäische Waldbesitzerverband (CEPF). Ihre Mitgliedsorganisationen in den verschiedenen Ländern und europäischen Regionen erwarten eher von ihrem zentralen Büro in Brüssel ihr exekutives Organ zu sein als umgekehrt. Oftmals entstehen Koordinationsprobleme wegen der unterschiedlichen ökologischen Bedingungen, nationalen Forstpolitiken, Eigentumsverhältnisse und regionalen Traditionen. Charakteristischerweise nennt man in Brüssel solche Bottom-Up-Koalitionen nicht „international“ oder „supranational“ wie die WWF und andere Umweltorganisationen, sondern „multinational“, da sie von nationaler Interessenvertretung geprägt sind und kaum eine konkrete gemeinsame Position nach außen formulieren können. Dies beeinträchtigt ihre äußere Überredungsmacht. Das einzige Potenzial, das sie im Idealfall

verwerten könnten, wäre ihr Zugang zu lokalen Informationen. Aber auch diese Berichte sind oftmals ein Konglomerat aus Fakten und normativen Aussagen (locale Interessenvertretung). Nur diejenigen Fakten werden betont, die die lokalen Interessen bedienen (Experteninterviews 3,4,6,8).

Im Allgemeinen wird verständlich, dass die räumliche Ausbreitung für Top-Down-entwickelte Organisationen dienlich ist, während sie bei Koalitionen sehr häufig Komplikationen hervorrufen kann.

Anhang

(Ausgewähltes empirisches Material)

Experteninterviews:

3. BNFF (Bureau of Nordic Family Forestry) (Fokus: Umwelt-, Regionalpolitik, RURALE ENTWICKLUNG), Brüssel, 12.10.99
4. CEPF (Confederation of European Forest Owners) (Fokus: Umwelt-, Regionalpolitik, RURALE ENTWICKLUNG), Brüssel, 28.10.99
6. COPA (Comite des Organisations Professionnelles Agricole de l'Union Europeenne) (Fokus: Umwelt-, Regionalpolitik, RURALE ENTWICKLUNG, Lobbyismus), Brüssel, 19.10.99
8. EIO (European Landowners Organization) (Fokus: Regionalpolitik, RURALE ENTWICKLUNG), Brüssel, 8.10.99
13. MEP Secretary (Fokus: Regionalpolitik, Lobbyismus), Brüssel, 22.10.99
15. WWF (World Wide Fund for the Nature) (Fokus: Umweltpolitik, Lobbyismus), Brüssel, 25.10.99

Literatur

ARROW, K. 1974: *The limits of organization*. W.W. Norton & Company. Inc. New York

HALL, R.H. 1996: *Organizations. Structures, processes, and outcomes*. Simon and Schuster. New Jersey

HENNING, Ch./ WAID, A. 2000: Zur Theorie der Interessenvermittlung: Ein Netzwerkansatz dargestellt am Beispiel der Gemeinsamen Europäischen Agrarpolitik. In: *Politische Vierteljahrszeitschrift*, 41.Jg. (2000), Heft 4,647-676

HIRSCHMAN, A. 1970: *Exit, Voice and Loyalty: Responses to decline in firms, organisations and states*. Cambridge, MA. Harvard University Press

MEYER, J.W./ SCOTT, W.R. 1983: Centralisation and legitimacy problems of local government. 199-215. In: *Organisational environments: Ritual and rationality*. Ed. J. Meyer, R. Scott. Beverly Hills, CA:Sage

MOE, T.M. 1980: *The organization of interests*. Chicago University Press. Chicago

NOLLERT, M. 1997: *Verbändelobbying in der Europäischen Union- Europäische*

Dachverbände im Vergleich. In: *Verbände in vergleichender Perspektive. Beiträge zu einem vernachlässigten Feld*. 107-136. U. v. Alemann, B. Wessels (Hg.). Berlin

PFEFFER, J./ SALANCIK G. 1978: *The external control of organisations: A resource dependence perspective*. New York: Harper and Row

SCOTT, W.R. 1995: *Institutions and Organisations*. Sage. Thousand Oaks, London, New Delhi

STRAUCH, M. 1993a: Lobbying in Bonn und Brüssel. In: *Lobbying. Wirtschaft und Politik im Wechsel*. (Hrsg.) M. Strauch. Wiesbaden. 61-89

STRAUCH, M. 1993b: Lobbying- die Kunst des Einwirkens. In: *Lobbying. Wirtschaft und Politik im Wechsel*. (Hrsg.) M. Strauch. Wiesbaden. 17-60

WAPNER, P. 1996: *Environmental activism and world civic politics*. State University of New York Press

Tourismus **Wirtschaftliche und regionale Entwicklung in Fremdenverkehrs-Ländern-** **Griechenland**

Stephanos Karagiannis, (U.C.G) Universität Zentralgriechenlands
stephanoskar@yahoo.gr

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit versucht zu erläutern, ob und in welcher Form Tourismus zu wirtschaftlicher und regionaler Entwicklung beitragen kann. Zur Einstimmung auf dies Thema werden zunächst grundsätzliche Überlegungen angeführt. Die vorgenommene, vom Allgemeinen ins Spezielle gehende Aufgliederung, soll die Übersicht erleichtern und trotz der Komplexität und Heterogenität des Themas, eine zusammenhängende und flüssige Lektüre gewährleisten. Als Grundlage für die vorliegende Arbeit dienen außer Auszügen aus unterschiedlicher Literatur.

Wir sind uns darüber im Klaren, dass Tourismus keineswegs eine Zauberformel ist, wenn es darum geht, die wirtschaftliche Entwicklung bislang benachteiligter bzw. wirtschaftlich nachstehender Regionen voranzubringen. Tourismus kann aber, dank seiner vielseitigen Alternativen, dem wirtschaftlichen Wachstum spürbare Impulse geben.

Schlüsselwörter: Tourismus, Entwicklung, Wirtschaft, regionale Entwicklung

1. Einleitung

Der Fremdenverkehr gehört zu jenen wirtschaftlichen Erscheinungen, welche die öffentliche Meinung am meisten beschäftigen. Es gibt kaum ein Land, das am Fremdenverkehr desinteressiert ist oder keine Fremdenverkehrswerbung betreibt, noch ohne Fremdenverkehrsförderung und Fremdenverkehrspolitik auskommt. Fremdenverkehr ist zudem eine wirtschaftliche, soziale und kulturelle Erscheinung. Tourismus hat besonders in letzter Zeit stark an Bedeutung gewonnen. In der Theorie ist Tourismus eine Teilerscheinung von "räumlichen Verschiebungs -Vorgängen, die fortgesetzt im Stande der Bevölkerung in den verschiedensten Gebieten unserer Erde vor sich gehen." [70]

Fremdenverkehr ist eine Erscheinung der Neuzeit. Das Phänomen Fremdenverkehr beruht auf dem vermehrten Bedürfnis der Menschen nach Erholung und Luftveränderung, auf dem menschlichen Genuss in freier, gepflegter Natur zu verweilen und ebenso auf dem, im Menschen erwachten Sinn für landschaftliche Schönheit. Insbesondere ist Fremdenverkehr aber bedingt durch die vermehrte Mischung der Völker. [71]

Zwei Definitionen, die im Prinzip das Gleiche besagen, und dennoch sollte man vorweg etwas genauer differenzieren, wann von Tourismus die Rede sein kann. Man muss den Menschen und den Grund für ihren Besuch eines bestimmten Ortes mit in die Betrachtung einbeziehen. Gleichzeitig muss man die ortsfremden Besucher auf eine gewisse Regelmäßigkeit ihres Besuches hin definieren und vor allem dahin klassifizieren. So ist es zum

⁷⁰ vgl. Morgenrot, Artikel Fremdenverkehr im Handwörterbuch

⁷¹ vgl. Prof. Bernecker Paul. (1980). Vorlesungsgrundlage zur allgemeinen Fremdenverkehrslehre (österreich. Universitätslehrgang für Fremdenverkehr)

Beispiel selbstverständlich, dass ein Ort über keinen aktiven Fremdenverkehr verfügt, wenn die ortsfremden Besucher in gewissen zeitlichen Abständen nicht öfter als einmal den besagten Ort wiederholt besuchen. Das bedeutet, dass Tourismus als brauchbares Instrument zur wirtschaftlichen Entwicklung nur unter bestimmten Voraussetzungen eingesetzt werden kann.

Tourismus wird heute nicht mehr gleichgesehen wie zu früherer Zeit. Sein schnelles Wachstum, aber auch allgemeine gesellschaftliche Struktur- und Bewusstseins-Änderungen haben zu einer neuen differenzierten Betrachtung des Tourismus geführt. Es ist daher notwendig, alle Aspekte und Faktoren vor der Tourismus-Erschließung zu untersuchen. Insbesondere aber ist es wichtig, die wirtschaftliche und regionale Entwicklung der Fremdenverkehrs-Ziele zu verstehen. Man muss abwägen, wie sinnvoll ist Fremdenverkehr für ein Land und welche Wirkungen Fremdenverkehr auf die Wirtschaft dieses Landes ausübt. Um den stets steigenden Ansprüchen der Urlaubs-Gäste und der wachsenden Konkurrenz begegnen zu können, ist Fremdenverkehr zu einem sehr kapitalintensiven Wirtschaftszweig mit ständig steigenden Investitionen geworden.

Weltweit kommen vielseitige Diskussionen über die Tourismus-Entwicklung in Gang. Aktuelle Diskussions-Themen befassen sich neuerdings mit dem Nutzen, sowie auch intensiv mit den Kosten des Tourismus für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Ein Thema, das bislang nur Nutzen und Wirtschaftlichkeit des Tourismus anschnitt. Gleiches gilt auch für das Thema über die Belastbarkeit der zur Erholung gedachten Landschaften.

Die überwiegend negativ einzustufenden Auswirkungen des Tourismus im Gesellschafts- und Umweltbereich, sind der Preis für seinen ökonomischen Nutzen. Die Höhe eines solchen Preises - und damit die mehr oder weniger schrankenlose Entwicklung des Tourismus - wird jedoch bereits zunehmend in Frage gestellt. Es besteht heute bei rücksichtsloser touristischer Erschließung neuer Urlaubsziele tatsächlich für den erschlossenen Urlaubsort die Gefahr, dass die größtenteils positiven wirtschaftlichen Effekte des Fremdenverkehrs, durch die nachteiligen ökologischen und sozialen Implikationen aufgehoben werden. Oder all die sonst positiven Effekte für den Urlaubsort sogar ins Gegenteil gekehrt werden können.

In den Zielgebieten des Tourismus macht sich mittlerweile ein wachsendes Selbstbewusstsein bemerkbar. Man ist den bekannten Nebeneffekten des Fremdenverkehrs gegenüber spürbar sensibler geworden. Tourismus-Gegner beginnen sich zu regen. Der Lern- und Reifeprozess in den Urlaubs-Orten wird nicht nur durch die touristische Entwicklung verursacht, sondern ist Folge eines allgemeinen Prozesses und somit gleichsam Spiegelbild einer gesamtgesellschaftlichen Struktur- und Bewusstseins-Änderung.[72]

Die Frage über Kosten und Nutzen des Tourismus für Wirtschaft ist heutzutage auch für internationale Organisationen interessant, Kongresse und Fach-Tagungen bieten unzählige Seminare an, interdisziplinäre Forscherteams recherchieren die Nutzen- und Kostenfrage und ebenso ist es auch für die Massenmedien zu einem heißen Thema geworden. Doch das Wesentliche ist, die Diskussionen über Kosten und Nutzen werden neuerdings auch in vielen Zielgebieten des Fremdenverkehrs aufgenommen. Es zeichnet sich vielerorts ein Gesinnungswandel gegenüber dem Tourismus ab.

Der Tourismus wird heute auch in Griechenland nicht mehr gleichgesehen wie früher. Sein schnelles Wachstum, aber auch allgemeine gesellschaftliche Struktur- und

⁷² vgl. Jost Krippendorf., Peter Zimmer., Hans Glauber (1988). Für einen ganzheitlich-orientierten Tourismus – Ökonomische Betrachtung, für einen anderen Tourismus- Probleme, Perspektiven, Ratschläge, Fischer Taschenbuch Verlag, Seite 21

Bewusstseinsänderungen haben zu einer neuen differenzierten Betrachtung des Tourismus geführt. Weltweit ist die Diskussion in Gang gekommen bezüglich Kosten und Nutzen des Tourismus für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft, wo früher nur von Wirtschaft und Nutzen die Rede war.[73] Wenn es darum geht, ist dennoch Tourismus keineswegs eine Zauberformel. Aber er kann zur Entwicklung bislang benachteiligter bzw. zurückgebliebener Regionen beitragen, weil das reichhaltige Angebot verschiedener Tourismus-Alternativen dem wirtschaftlichen Wachstum spürbare Impulse geben kann.[74]

Wir halten die neue Einstellung dem Tourismus gegenüber, als einen der Schlüsselfaktoren für die zukünftige Entwicklung im Tourismus. Und wir glauben auch, dass von ihr ein grundlegender Wandel in der Tourismuspolitik ausgehen könnte.

Aus ökonomischer Sicht folgt, dass zu Beginn der touristischen Entwicklung und erstaunlicherweise bis weit ins Zeitalter des modernen Massen-Tourismus hinein, sämtliche Beteiligten (die Reisenden, die Bereisten und die Reise-Anbieter) dem Tourismus recht unbefangen gegenüberstanden. Soweit Auswirkungen des Tourismus in den Urlaubsländern überhaupt analysiert wurden, beschränkten sich die Untersuchungen hauptsächlich auf die wirtschaftlichen Effekte des Fremdenverkehrs. Obwohl sich die kritischen Stimmen mehren, ist man auch heute noch überwiegend der Auffassung, dass Tourismus in den Zielgebieten einen positiven Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung zu leisten vermag.

Der wirtschaftliche Effekt ist - darüber besteht Einigkeit - sehr unterschiedlich. Er ist abhängig vom Entwicklungsstand und Struktur der jeweiligen Volkswirtschaft, vom Wachstumstempo des Tourismus (gut geplantes oder überstürztes Wachstum), sowie von Art und Form des Tourismus und vielen weiteren Faktoren. Die wichtigsten wirtschaftlichen Effekte sind: Der Zahlungsbilanzeffekt oder Deviseneffekt, der Einkommenseffekt, der Beschäftigungseffekt und der regionale Ausgleichseffekt.[75]

Voraussetzung für positive Effekte ist zunächst ein geeignetes natürliches Angebot, das über entsprechende Attraktivität für die touristische Nachfrage verfügt. Hier gehören besonders ansprechende Landschaften, gepaart mit vorzüglichen klimatischen Voraussetzungen. Nur so gelingt es, eine Region gegenüber einer anderen als besonders geeignet für den Tourismus einzustufen. Wie es heißt, bildet Angebot und Nachfrage. Die vor einigen Jahren zunehmende touristische Nachfrage hat nun bislang immer mehr Regionen den Weg zur touristischen Entwicklung ermöglicht. Wobei in der Tourismus-Branche mit einem weiteren Wachstum der Nachfrage gerechnet wurde. Es bot sich somit bisher auch für die Zukunft eine Chance zur Entwicklung neuer Fremdenverkehrsgebiete, zumal nicht wenige traditionelle touristische Regionen einer Sättigungsgrenze nahegekommen sind und somit als Reiseziel nicht mehr unbedingt in Betracht kamen. [76] Voraussetzung für die Erschließung bzw. Ausbau weiterer touristischer Angebote in Reiseregionen mit besonderer Naturbeschaffenheit (wie z.B. die Berge des Psiloritis auf Kreta) sollte jedoch in jedem Fall eine gründliche Analyse der künftigen touristischen Nachfrage sein, um einem möglichen Überangebot mit all seinen negativen Folgen

⁷³ Krippendorf, Jost - Zimmer Peter- Glaube Hanz., (1988). Für einen anderen Tourismus, Herg. Rudolf Brun, Frankfurt, Seite 18

⁵ Styrakis Dim., Geraga E., Ladias Chr., Zeitschrift für die Regionale Wissenschaft, Vol.II, No I., Seite 21

⁷⁵ vgl. Jost Krippendorf., (1988) . Für einen ganzheitlich-orientierten Tourismus – Ökonomische Betrachtung, für einen anderen Tourismus- Probleme, Perspektiven, Ratschläge, Fischer Taschenbuch Verlag, Seite 18

⁷⁶ Kalemis Alexander.,(2001). Die Entdeckung Euböas-Der Natur – und Historischen Schätze, Her. Kinitro E.Kalemi, Seite:26 & Karagiannis St.,(2004). Development of Activities Friendly to the Ecotourism. The Region of Samaria Gorge, Vol.5. No4, Seite.874

vorzubeugen. Besonders attraktiv sind für den Touristen Almen mit Getreidefeldern und Obstplantagen und Bergwege mit Mischwald, bis hinauf zu den Nadelwäldern mit ihren Fichten und Lärchen.[77]

1.1. Graphische Ermittlung der Güter- Nachfrage mit Hilfe der Engels Kurven auf die Wirtschaft im Tourismus bezogen

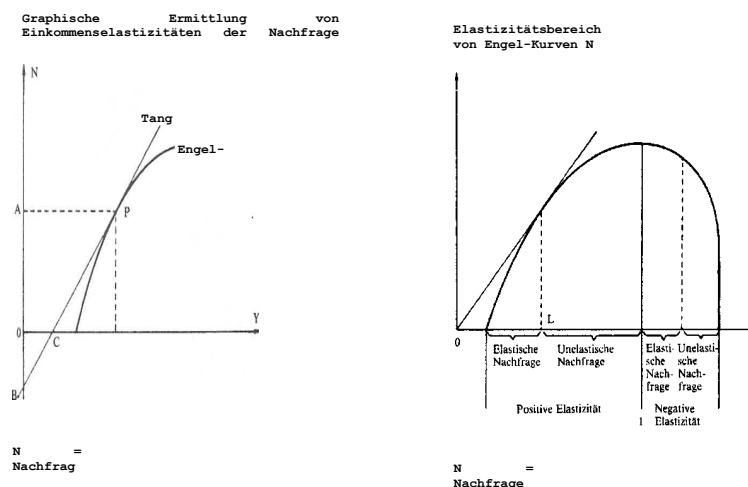


Bild:Knapp-Vogelsinger-Sulek(1985).Wirtschaft-Mitdenken-Mitgestalten-Mitverantworten, V.W. HAK, Wien, Seite 8

Die Kurve zeigt zwei EL-Bereiche. Bei sinkenden Ausgaben und steigenden Einnahmen wird die Nachfrage-Elastizität negativ, das angebotene Gut wird inferior. Im Normalfall ist die Beziehung zwischen der Güternachfrage und dem Einkommen (bei gleichbleibendem Güterpreis) eine steigende Funktion des Einkommens. Die Einkommens-Elastizität der Nachfrage wird (bei kleinem Einkommen) durch die Funktion dx/x abgeleitet. (E = Einkommen, X = nachgefragte Menge). Die Nachfrage-Elastizität gibt demnach Aufschluss über die relative Veränderung der Nachfrage als Folge der relativen Veränderung des Einkommens. Ihr Wert ist normal > 0 . Ist aber der Wert der Nachfrage-Elastizität > 1 nimmt die Güternachfrage relativ stärker zu als das Einkommen. Ist die Nachfrage-Elastizität < 1 nimmt die Güternachfrage schwächer zu als das Einkommen. Langfristig gibt der numerische Wert der Einkommens-Elastizität Auskunft über die Entwicklung der Nachfragestruktur.

Die Einkommens-Elastizität in P ist gleich dem Verhältnis des Tangentenabschnittes zu den beiden Achsen. Geht die Tangente durch den Ursprung, ist der Berührungspunkt mit der Engel-Kurve gleichzeitig der Trennungspunkt zweier unterschiedlicher Elastizitätsbereiche (rechte Skizze). Im Punkt L ist die Nachfrage-Elastizität 1, links davon > 1 , rechts < 1 .

⁷⁷ Adalbert Schwarz Österreich – Eine kleine Vaterlandkunde, Verlag Stiasny Graz-Wien, Seite:22

Dabei muss man allerdings auch bedenken, wie oben gesagt, dass bislang die verwirklichte touristische Erschließung von Regionen eben unter unterschiedlichen Gesichtspunkten erfolgte. Deshalb wurden bisher touristisch nicht entwickelte Regionen möglicherweise im Vergleich dazu als weniger attraktiv eingestuft. Die zunehmende touristische Nachfrage hat jedoch mittlerweile immer mehr Regionen den Weg zur touristischen Entwicklung ermöglicht. Und solange mit einem weiteren Wachstum der Nachfrage gerechnet werden kann, bietet sich auch in Zukunft die Chance für die Entwicklung neuer Fremdenverkehrsgebiete, zumal nicht wenige traditionelle touristische Regionen bereits an ihre Sättigungsgrenzen gelangt sind. Diese kommen somit für eine weitere Erschließung kaum noch in Betracht. Die Nachfrage-Elastizität wird ausgedrückt durch einen Koeffizienten: $\text{Elastizitätskoeffizient} = \frac{\text{prozentuelle Mengenänderung}}{\text{prozentuelle Preisänderung}}$.

Ein Beispiel aus dem Fremdenverkehrs- Bereich soll diesen Sachverhalt deutlich machen. Angenommen, eine Preisreduktion erhöht den Absatz, wodurch der Gesamterlös zunächst eine Steigerung und dann wieder eine Senkung erfährt.[78] Für den Fremdenverkehrs-Bereich ist die Kenntnis der Nachfrage-Elastizität von größter Bedeutung, da eine Preisänderung der Pauschal-Pakete nur dann sinnvoll ist, wenn dadurch der Gesamterlös steigt. Dies ist der Fall bei Preissenkung bei elastischer Nachfrage und Preiserhöhung bei unelastischer Nachfrage. Umgekehrt sinkt der Gesamterlös bei Preiserhöhung bei elastischer Nachfrage und Preissenkung bei unelastischer Nachfrage.

2.Arbeits-Leistung in Fremdenverkehrs-Betrieben

Auch im Fremdenverkehr, wie in allen Arbeitsbereichen sonst, wird die Arbeitsleistung von der Einstellung bestimmt, die ein Arbeitnehmer zum Gegenstand seiner Arbeit und der Arbeits-Verrichtung selbst mitbringt. In vielen Bereichen, und davon schließt sich leider auch der Tourismus nicht mehr aus, hat die fortschreitende Automatisierung des Beschäftigungs-Prozesses (z.B digitale Buchungssysteme) dazu geführt, dass der Beschäftigte dem Gegenstand seiner Beschäftigung fremd und im Grunde desinteressiert gegenübersteht. Ein solcher Zustand der Arbeits-Entfremdung äußert sich in Gleichgültigkeit, leichter Ermüdbarkeit und innerer Auflehnung.

Nun lässt sich aber andererseits nicht verkennen, dass selbst bei fehlendem Interesse am Beschäftigungs-Gegenstand letztendlich auch eine positive Wirkung entstehen kann. Dann nämlich, wenn die Beschäftigung und der Erfolg, den der Arbeitnehmer mit seiner Beschäftigung erzielt, in ihm ein gewisses Leistungs-Bewusstsein entstehen lassen. Dies sind günstige Voraussetzungen für eine Bestgestaltung der Arbeit und können die negativen Wirkungen der Arbeits-Entfremdung zum Teil oder ganz kompensieren. Die gleiche Wirkung kann ebenfalls eintreten, wenn Beschäftigte als Einzelne ein positives Verhältnis zu ihren Arbeitskollegen finden. Ein solch kollegiales Verhältnis kann zum einen als eine rein berufliche und zum anderen als eine rein menschliche Beziehung verstanden werden. Die Arbeitsleistung einer Gruppe wird in ganz entscheidender Weise mitbestimmt durch die „zwischenmenschlichen“ Beziehungen und in welcher Art sich diese Beziehungen innerhalb dieser Gruppe im Beschäftigungsbereich herauszubilden pflegen,[79]

⁷⁸ vgl. Lechner Karl. (1972). Betriebswirtschaftslehre-Einzelwirtschaftliche Grundlagen, 3.erweiterte Auflage, Verl. Industrieverlag Peter Linde, Wien, Seite 142

⁷⁹ vgl. Gutenberg E.,(1975). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftlicher Verlag. Dr Th. Gabler, Wiesbaden, Universität Köln, Seite 58

Der betriebliche Leistungsprozess erfordert den Einsatz von menschlicher Arbeitskraft, ebenso den Einsatz von Maschinen, von Werkzeugen und Werkstoffen.

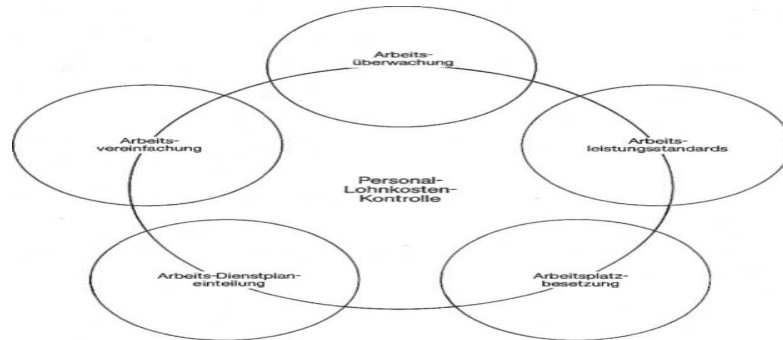


Bild: Schätzing E., (1985). Management in Hotellerie und Gastronomie, Deutsche Fachverlag, Seite 291

Das bedeutet, Arbeitsleistung und Betriebsmittel sind Produktionsfaktoren, die in einem Betrieb kombiniert werden. Diese Kombination vollzieht sich jedoch nicht wie ein naturgesetzlicher Prozess von selbst, sondern ist das Ergebnis leitender, planender und organisatorischer (dispositive) Tätigkeit eines Menschen. Diese dispositiven Tätigkeiten gehören ebenso zum Bereich der menschlichen Arbeitsleistung, wie die ausführende Arbeit eines Maître oder einer Hotel-Angestellten. Man kann demnach grundsätzlich zwei Arten von Arbeitsleistungen unterscheiden: die ausführende, vollziehende Arbeit und die leitende, dispositive Arbeit. Da die gesamte Kombination der Produktionsfaktoren eine dispositive Arbeitsleistung darstellt, also ohne leitende Tätigkeit und somit die übrigen Faktoren (vollziehende Arbeit, Betriebsmittel und Werkstoffe) nicht zu sinnvollem wirtschaftlichen Einsatz gelangen können, ist es zweckmäßig, aus dem Faktor menschliche Arbeitskraft, die dispositive Arbeit als selbständigen Produktionsfaktor auszugliedern.[80] Obwohl die wirtschaftliche Wirkung zum Beispiel in den Fremdenverkehrs-Betrieben von vielfältiger Art ist, stehen dennoch im Vordergrund die vom Tourismus ausgehende Einkommensbildung und der Beschäftigungseffekt. Gleichzeitig entsteht aber die Notwendigkeit trotz Kontrolle der Personalkosten ein positives Betriebsklima zu erzielen. Im Falle einer entsprechenden Tourismus-Nachfrage aus dem Ausland, spielt auch die Erzielung von Deviseneinnahmen eine wichtige Rolle. Da das Preisniveau für Güter und Dienstleistungen im Tourismus in starkem Maß durch den internationalen Wettbewerb beeinflusst wird, sind die Preisunterschiede von Land zu Land für vergleichbare Qualität nicht allzu groß.[81] Zu diesen Voraussetzungen zählt auch das kulturelle Angebot. Und somit spielt letztlich die Distanz zu den Reiseländern eine große Rolle, die man nicht unterschätzen darf.[82]

⁸⁰ vgl. Wöhe Günter.,1975). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, an der Universität des Saarlandes, 11. Auflage, Verlag Valen, Seite 61

⁸¹ vgl. Schätzing Edgar., (1985). Management in Hotellerie und Gastronomie, 3 Auflage, **Integrierte Personal Planung in der Hotellerie** Deutsche Fachverlag, Seite 291

⁸² vgl. Knapp-Vogelsinger-Sulek (1982). Wirtschaft: Mitdenken-Mitgestalten-Mitverantworten, Mit Bescheid des Bundesministeriums für Unterricht und Kunst, Wien, Seite 25

3. Orientierung der regionale Entwicklung

Die wirtschaftliche Wirkung des Tourismus auf regionaler Ebene gesehen, beschränkt sich jedoch nicht nur auf direkt vom Tourismus abhängig Beschäftigte bzw. den Einkommensbeitrag, sondern es werden durch touristische Leistungserstellung auch in erheblichem Umfang Vorleistungen anderer Wirtschaftsbereiche mit aktiviert. Damit erfolgt ein indirekter Beschäftigungseffekt bzw. eine vom Tourismus induzierte Einkommensbildung in anderen Wirtschaftssektoren. Es entsteht so ein positives Klima für die Wirtschaft der Region. Eine Zunahme der Beschäftigung und eine Stärkung der unternehmerischen Aktivität werden erreicht. Die Nutzung dieser neuen Chance, die Tourismus bietet, muss mit Ernsthaftigkeit genutzt werden und organisierte Bereitschaft muss das Ziel sein. Es ist die Angelegenheit Aller. Und deshalb müssen alle organisatorischen Ebenen zum erfolgreichen Einsatz kommen.

Die Wirkung jedes Einsatzes wird umso nachhaltiger sein, je mehr Vorleistungen in derselben Region erbracht werden können. Bei aller Bedeutung, die dem Tourismus als Einkommensquelle und Beschäftigungsziel in der regionalen wirtschaftlichen Entwicklung beizumessen ist, sollte dennoch überlegt werden, ob und inwieweit der Tourismus auch sozialen Nutzen bewirkt. Zur Beantwortung der Frage, ob Tourismus als eine mögliche Aktivität für die regionale Entwicklung auszubauen bzw. überhaupt einzuführen ist, bedient man sich nicht selten der Kosten/Nutzenanalyse. Die Tatsache allein, dass Tourismus zu Einkommen und Beschäftigung verhilft, kann den Wert des Tourismus für eine Region und auch für ein Land nicht ohne weiteres begründen. Nur wenn nachzuweisen ist, dass Tourismus darüber hinaus auch einen sozialen Nutzen bietet, ist eine Entscheidung für die Tourismus-Entwicklung gerechtfertigt. Natürlich bestehen für manche Länder und Regionen auch gar keine oder nur geringe Alternativen zum Tourismus. Und zwangsläufig fällt die Entscheidung zugunsten des Tourismus, auch wenn Kosten-/Nutzenanalysen des Tourismus keine sehr positiven Ergebnisse aufweisen. In der Betriebswirtschaftslehre ist es üblich, Nutzen nur im Zusammenhang mit der Erfolgsrechnung (Gewinn oder Verlustrechnung) zu verwenden. Der Ausdruck „Kosten“ bleibt für die Kostenrechnung vorbehalten.[83]

4. Infrastruktur und Regionale Entwicklung in Griechenland

Touristische Projekte, die, wenn sie subventioniert werden, für den Investor (Unternehmer) günstig scheinen, mögen nicht den gleichen Wert für die Wirtschaft insgesamt darstellen. Oft setzen touristische Infrastruktur-Projekte (z.B. Hotelanlagen) Investitionen im Infrastruktur-Bereich voraus, die der Staat aufbringen muss. Und somit werden diese Investitionen bei den Kosten-/Nutzenanalysen den Substrukturen angelastet. Damit kann das Ergebnis unter gesamtwirtschaftlicher Betrachtung oft sehr viel weniger gut ausfallen.

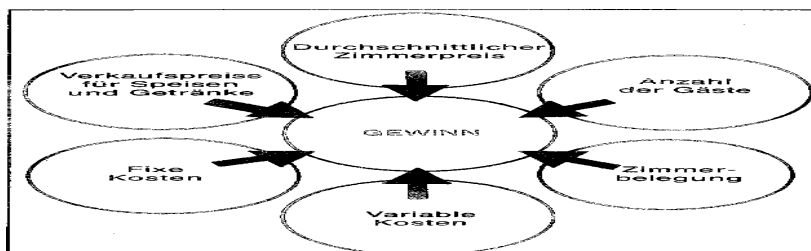


Bild: Schaetzing E., (1985). Management in Hotellerie und Gastronomie, Deutsche Fachverlag, Seite 254

⁸³ vgl. Gutenberg Erich (1975) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, an der Universität von Köln, Betriebswirtschaftslehre Verlag Dr. Th. Gabler Wiesbaden (32)

Überblick der Gewinn –Einflussfaktoren in der Hotelarie⁸⁴

Fazit

Eine der Hauptschwierigkeiten bei der Durchführung von Kosten-/Nutzen~ Analysen liegt im Mangel an erforderlichen Daten im Lande. Dieses Problem ist allerdings nicht auf den touristischen Bereich beschränkt, sondern besteht meist für alle Wirtschaftssektoren Griechenlands. Aber auch wenn man alle diese Schwierigkeiten bei der Kosten-/Nutzenanalysen ins Auge fasst, so besteht eigentlich außer dem Tourismus keine weitere Alternative für unser Land.

Wenn letztendlich die Entscheidungen zur Weiterentwicklung des Tourismus getroffen werden, empfiehlt sich ein sehr überlegter Ansatz, der auch soziale und ökologische Auswirkungen, die mit dem Tourismus einhergehen können, berücksichtigt. Für den Umweltschutz muss ein strenger gesetzlicher Rahmen geschaffen werden. Maßnahmen zur Bekämpfung der Umweltbelastung durch Wasserverschmutzung und eine feste Regelung der Müllbeseitigung müsste als erstes durchgeführt werden. Gegen die "wilde" Bautätigkeit muss ebenfalls vorgegangen werden.

Das Baustopp z.b. in ausgelasteten Regionen, war zum Beispiel auf den Inseln des Landes (wegen Wi-Krise) war sinnvoll. Investoren müssen motiviert werden. Dazu muss aber der Staatsapparat effizienter agieren und bürokratische Formalitäten müssen vereinfacht werden. Der Staat muss als Helfer der tourismusabhängigen Betriebe auftreten und die notwendige Unterstützung anbieten. Der staatliche und der private Sektor müssen kooperieren und sich ergänzen, damit der Tourismus für die wirtschaftliche und regionale Entwicklung von Vorteil für das Land werden kann.

Die Griechische Wirtschaftliche und regionale Entwicklung kann die Hauptschwierigkeiten bei der Durchführung z.B von Kosten – /Nutzen Analysen im Fremdenverkehr aufgrund des Mangels an erforderlichen Daten in Griechenland kaum überwinden. Dieses Problem ist allerdings nicht nur auf den touristischen Bereich beschränkt, sondern besteht meist für alle Wirtschaftssektoren. Aber auch wenn man all diese Schwierigkeiten bei den Kosten – /Nutzen Analysen ins Auge fasst, besteht eigentlich keine Alternative. So bestehen oft komplizierte Abläufe, die es schwierig machen, exakte Informationen zu erhalten und brauchbare analoge Vorgänge statistisch zu simulieren, wodurch optimale Vorgangsweisen gefunden werden können.

⁸⁴ vgl. Schaetzing Edgar., (1985). Management in Hotellerie und Gastronomie, 3 Auflage, Deutscher Fachverlag, Seite 254

**Zufriedenstellende Arbeitsverhältnisse:
Eine unbedingte Notwendigkeit für jede gut geführte Kultur-Institution
Anhand des *Beispiels Delphi***

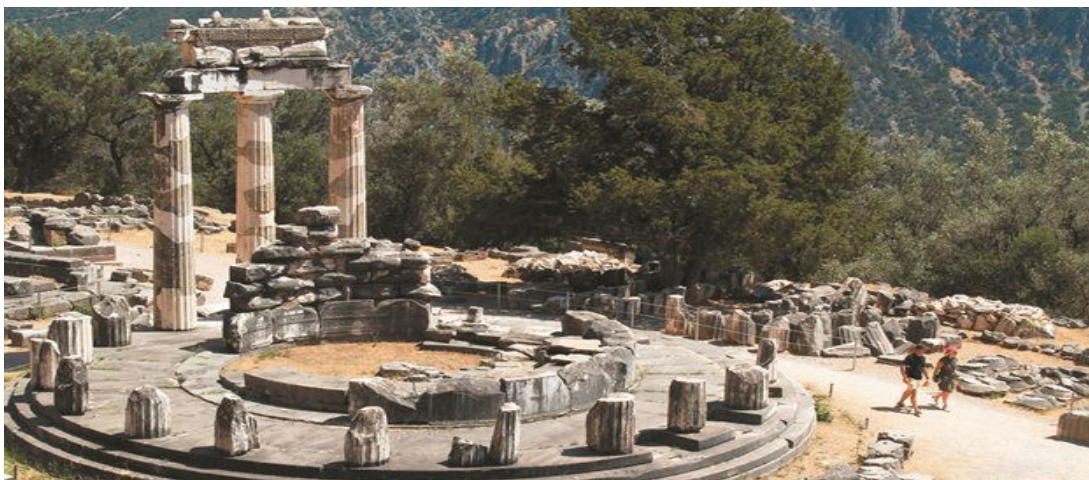
Maria St. Karagiannis
Fakultät für Klassische Philologie an der Universität Athen
Ifigenia_k@yahoo.gr

Wilemini Psarriano
Fakultät für Politikwissenschaft an der Universität Athen,
Vilemini-psarriano@yahoo.com

Zusammenfassung

Unserer Ansicht nach, ist ein gutes Betriebsklima absolut notwendig, damit die Kultur-Institutionen Griechenlands in Zukunft weiterhin erfolgreich zu bestehen können. Um diesen Erfolg zu sichern, muss man sich zunächst ernsthaft bewusst machen, wie notwendig dazu eine gesunde zwischenmenschliche Beziehung ist und zwar auf allen Betriebsebenen: der Vorgesetzte zu allen Angestellten und umgekehrt die Angestellten zum Vorgesetzten. Je nach Aufgabenbereich muss sich jeder Angestellte, wie auch die Vorgesetzten, unabhängig davon, in welcher Kultur-Institution ihr Einsatzbereich ist, über seine individuelle Rolle in der Mitarbeiter-Gruppe klar sein. Ebenso sollte er Kenntnis haben, über die Konsequenzen seiner zwischenmenschlichen Beziehung zu jedem einzelnen Angestellten des Betriebes, aber auch über seine jeweilige zwischenmenschliche Beziehung, die er zum Besucher der Kultur-Stätten seines Wirkungsbereiches hat, ob direkt oder indirekt, als Einzelperson, wie auch als mitwirkendes Glied der Gesamtgruppe, in welchem Kulturbereich auch immer sein Einsatz ist. Nur so kann das Ergebnis des Einsatzes eines jeden zur Zufriedenheit aller Beteiligten führen.

Die vorliegende Arbeit ist ein Versuch, anhand kleiner Studien folgendes Thema eingehender zu beleuchten «Zufriedenstellende zwischenmenschliche Beziehung, eine unbedingte Notwendigkeit für jede gut geführte Kultur-Institution. Anhand des Beispiels Delphi».



(Foto:Mastropoulos N., Delfi, 'TO WIMA' Zeitung - Reise, 27/10/2012)

Die ständig wachsende Bedeutung der zwischenmenschlichen Beziehungen auch innerhalb bereits erfolgreich geführter Kultur-Institutionen, hat uns veranlasst, einige Begriffe in diesem Bereich mit Analysen besonders zu untersuchen. Das Ziel dieses Verfahrens ist es, zu Gunsten aller Kultur-Institutionen des Landes, die literarische Kreativität anzuregen und dabei Phantasien wach zu rufen, verborgene und unbewusste, sowie bislang noch unausgeschöpfte Möglichkeiten aufzudecken. Abschließend geht es um die Erklärung der Sachverhalte, die man, wie der Titel zum Ausdruck bringt, als soziale Beziehungen bezeichnen kann. Tatsache ist, und das muss betont werden, dass zwischenmenschliche Beziehungen und die damit erzielte Zufriedenstellung aller Beteiligten, auch eine wichtige Aufgabe ist, der sich selbst das Kulturministerium unseres Landes ernsthaft stellen sollte.

Schlüsselwörter: Zwischenmenschliche Beziehungen, Kultur-Institution, Delphi, Zufriedenstellung

1. Einleitung

Einer der häufigsten Schwachpunkte im Umgang mit Besuchern von Kultur-Institutionen und den Mitarbeitern in diesen Institutionen, ist der Unwille, Kritik zu akzeptieren und die Unfähigkeit, geäußerte Kritik nicht persönlich zu nehmen, sondern sie als Motivation zu besserer Einsatzleistung aller Beteiligten zu sehen. In einer gesunden zwischenmenschlichen Beziehung bewirkt Kritik Veränderungen. Um positive Veränderungen zu erzielen, bedarf es an Zeit über die Kritik nachzudenken. Und Zeit dafür wird oft nicht dem Umfang entsprechend zugestanden, denn, zum Beispiel, verwendet der Personalleiter einer Kultur- Institution/Museum mittlerer Größe immer noch einen großen Teil seiner Arbeitszeit zur Förderung der Einrichtungen, dem Planen von öffentlichen Veranstaltungen und sogar für die Freizeitgestaltung seiner Mitarbeiter. Und da liegt gerade der besondere, gravierende Schwachpunkt im Umgang des Vorgesetzten mit seinen Mitarbeitern. Aber auch das kollegiale Verhalten der Mitarbeiter untereinander lassen sich hauptsächlich auf folgende menschliche Schwächen zurückführen: • Schlechte Menschenkenntnis im Allgemeinen. • Blindheit gegenüber der grundlegenden psychologischen Erkenntnis, dass Menschen individuell verschieden sind. • Unkenntnis des Vorgesetzten über die persönliche Situation des einzelnen Arbeitnehmers. • Das Fehlen von Problemaustausch der Mitarbeiter untereinander; eben all solche Vorbedingungen, die ein gesundes Betriebsklima fördern. Hier sei logisch ergänzt, dass die Motivatoren für den Grad der Zufriedenheit, die zweite also der Gesundheitsfaktor für das Ausmaß der Unzufriedenheit der Individuen mit ihrer Arbeit betrachtet wird.

Die Kritik am Bestehenden läuft auf dessen Änderungen hinaus, auf Veränderungen zu Gunsten der Arbeitszufriedenheit und zur Bewältigung auftretender Probleme. Welche Reformen hierbei zum Zuge kommen, entscheidet die argumentative Auseinandersetzung, wo sie nicht zugelassen wird, müssen aber Maßnahmen gesucht, geplant, organisiert und unter Kontrolle durchgeführt werden. [1]

Die vorliegende Arbeit unternimmt einen Versuch, den Trend der Kultur-Institutionen Griechenlands zu verfolgen und stellt sich der bezeichnenden Frage: «Erfüllt in diesem Bereich der Arbeitseinsatz alle Beteiligten mit Zufriedenheit?»

Theoretisch ist man sich der Problematik dieser Terminologie sehr wohl bewusst und ist gewillt sich offen der Frage zu stellen, ob das Zusammenwirken zwischen Kultur-Institutionen und deren Mitarbeiter alle sozialen Kriterien berücksichtigt und somit letztendlich zu Gunsten der Besucher

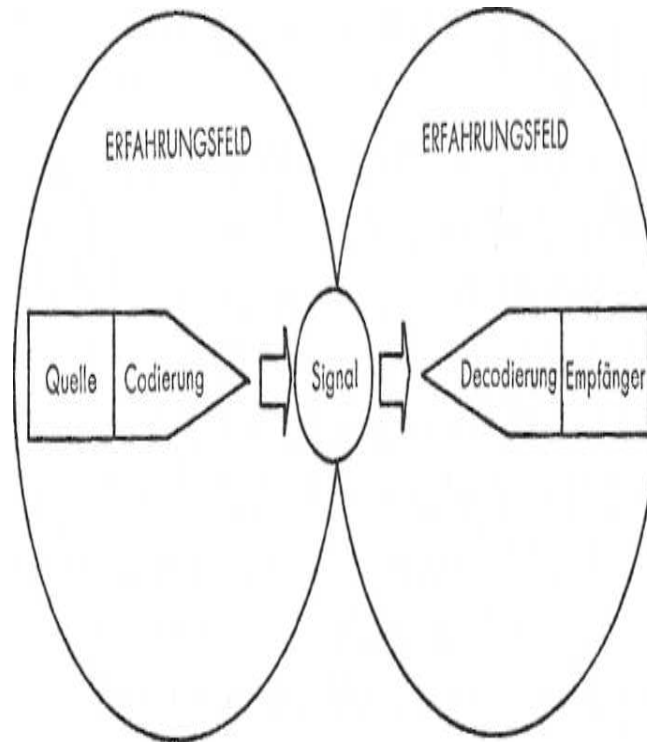


Abbildung [1]: Elemente einer erfolgreichen Kommunikation Quelle:
Kotler Philip, Studienausgabe, C.E. Poeschel Verlag, Seite 617

der Kulturstätten/Museen unseres Landes zufriedenstellend und erfolgreich verläuft.

Erfolg und Zufriedenheit ist wohlbemerkt ein subjektives Erlebnis und jedes Individuum geht von unterschiedlichen Erwartungen aus und stellt andere Ansprüche an das Ergebnis. So halten es, als Beispiel zum vorliegendem Thema, viele Kultur-Einrichtungen für einen besonderen Erfolg, offiziell für ein Kulturprogramm entdeckt zu werden. Im Wortgebrauch der „zufriedengestellten“ Kultur-Institutionen nennt man es so verheißungsvoll: «erschlossen zu werden» Ob es sich jetzt um irgendeine versteckte kleine Kulturstätte handelt, wie zum Beispiel in Delphi, das Museum in Akropolis oder um ein kleines «Archäologisches Wunder» an einem verträumten Ort irgendeines Landes am Mittelmeer, ändert nichts an der Tatsache, dass der Glaube reiner Aberglaube ist, dass die Entdeckung einer Kulturstätte für ein neues Kulturprogramm unweigerlich Geld, Devisen und Wohlstand für den Ort ein bringe. Delphi zum Beispiel ist nur deshalb berühmt, da man die Geschichte der Stadt mit der Geschichte von Heiligtümern und Orakeln verbindet. Genauer könnte man sagen: Delphi selbst existiert nur als Städtchen im Schatten ihrer Kulturgeschichte. Bekannt wurde Delphi, nachdem archäologische Ausgrabungen Reste zutage förderten, eines einstmals unbedeutenden Dorfes aus der Zeit von 1400 vor Christi, das sich östlich eines Heiligtums erstreckte. Dieses Dorf wurde Ende der mykenischen Zeit zerstört und lebte erst in der geometrischen Zeit wieder auf, als nämlich der

Apollon Kult in diesem Dorf Wurzeln schlägt. In dieser Zeit erlangte Delphi Ansehen und Macht wie kein anderer Ort des antiken Griechenlands. Und doch bleibt Delphi bis heute trotz seines außergewöhnlichen Kulturerbes und dessen weltweiter Bekanntheit, immer eine Kleinstadt mit geringem Einkommen.[2]

Ein griechisches Sprichwort sagt: "Nicht die Robe macht den Priester, sondern der Priester die Robe". Für heutige Verhältnisse könnte man es abändern und sagen: «Nicht die Deviseneinnahmen bringen einer Kulturstätte interessierte Besucher, die erhoffte Bekanntheit und den gewünschten Erfolg, sondern das Gefühl des Erfolgs, das alle zufriedengestellten Beteiligten im Kulturbereich vermitteln: Nämlich alle Mitarbeiter der Institutionen, die Besucher der Kulturstätte, sowie auch die Anwohner um diese Kulturstätte herum. Sie alle machen diese Kulturstätte bekannt, beliebt und auf Dauer besuchenswert.

2. Soziale Prozesse in Kultur-Institutionen

Verfasser solcher Parabeln sind nun keinesfalls alternativ denkende Devisen-Gegner, noch erhaben sie sich absoluter Vorstellungen über Mensch und Gesellschaft. Ihr Paradigma soll ermöglichen, zahlreiche, interessante Aspekte dieses gegenseitigen Beeinflussungs-Prozesses und der auf diesem Gebiet bisher erzielten Forschungs-Ergebnisse, systematisch offen zu legen. Dazu erlauben sie sich, die Frage zu stellen, ob der, im Augenblick bestehenden Entwicklung unseres Landes im Bereich Kultur, nicht doch kritischer entgegen zu treten sei.

Sie vertreten die Meinung, dass ein Teil des Kommunikationssystems, auch im Kulturbereich, durch ein gewähltes Übertragungssystem vorgegeben ist. Das Übertragungssystem muss daher aus dem Aufgabengefüge eines eigenen Kommunikationssystems abgeleitet werden und muss ebenso gewisse Regeln für den Informationsaustausch zwischen allen Kultur-Einrichtungen vorsehen. Diese können sich beziehen: auf bestimmte Kommunikationswege, die für die jeweilige Nachrichten einzuhalten sind, auf Form und Technik, mit der Informationen übermittelt werden sollen, sowie den Zeitpunkt bestimmen und zu welchem Anlass bestimmte Informationen benötigt und ausgetauscht werden. Dabei nehmen die zwei zuletzt erwähnten Punkte den organisatorischen Ablauf der Informationsübertragung bereits vorweg.

Sachgerechte und dennoch interessant übertragene Information ist besonders im Sektor Kultur von größter Bedeutung.

Noch heute befinden sich, im Bereich der Kultur, viele Länder in einer Übergangsphase. Entweder sie bestehen noch nicht lange als kulturell erwägenswertes Land oder man hat soeben erst deren kulturellen Wert entdeckt.

Auf der einen Seite überwiegt nun der Wunsch der Anwohner solch kulturell erschlossener Regionen nach ungestörter Ruhe, fern von geräuschverursachenden Besuchern. Jedoch dominiert auf der anderen Seite der Traum "vom schnell erfüllten Wunsch" nach Wohlstand und erfolgversprechenden Kulturerlebnissen. Zusammenfassend lässt sich demnach vorläufig sagen: Wenn die soweit detaillierte empirische Erforschung von sozio-kulturellen Einzelphänomenen nicht zu einer gedankenlosen „empiristischen Fliegenbein-zählerei“ degradiert werden soll, empfiehlt es sich, die bisherigen Forschungsergebnisse in das Gefüge zunehmend allgemeiner werdender Informationen im gesamten Kulturbereich mit einzubeziehen. Es wäre nun freilich ein Irrtum, wollte man annehmen, ein gesellschaftstheoretisches Strukturmodell könne jemals in der Lage sein, „die“ Gesellschaftsstruktur naturgetreu abzubilden: Reine Abbildungen

von sozio-kultureller Realität sind im Kulturbereich prinzipiell unmöglich. Denn die Soziologie kann sich ebenso wenig wie andere Wissenschaften, von der Notwendigkeit zur Vereinfachung, zur Abstraktion und zur Auswahl von wissenschaftlichen Fragestellungen, ausschließen.[3]

3.Die Leistungsfähigkeit

Frederick W. Taylor ist Begründer und Wegbereiter des Scientific Managements. Taylor wies darauf hin, dass an Stelle von Zeit- und Bewegungsuntersuchungen "ein eingehendes Studium über die Motive treten müsse, die Arbeiternehmer in ihrem Tun beeinflussen". Für ihn selbst stand dabei fest, dass logisch denkende und vernünftig handelnde Menschen hart zu arbeiten bereit sind, um Geld – möglichst viel Geld – zu verdienen.[4] Dem gegenüber stehen, bezogen auf den Kulturbereich, der Besucher einer Kulturstätte und sein persönlicher Anspruch. Durch sein Erscheinen entsteht Bedarf an Unterkunft für ihn. Um den Bedarf zu decken, muss Wohnbereich entstehen. Und so werden vormals Grünanlagen durch Hotels verbaut, unberührte Natur verraten zum Vorteil des unausweichlichen Hanges des Menschen zum "Big Business" sprich Geld – möglichst viel Geld -. Selbst manch vormals unbedarfter netter Bürgermeister oder ein ortsansässiger mittelständiger Unternehmer fühlt sich plötzlich in seinem Heimatort als Manager „mit seiner eingebildeten Leistungsfähigkeit“, dass gerade er über Mensch und Natur in seinem Zuständigkeits- Bereiches bestimmen darf, wie es ihm beliebt, nur weil er augenscheinlich hart zu arbeiten bereit ist, um Geld – möglichst viel Geld- zu verdienen.[5]

Beziehen wir die Anwohner von Orten, in denen Denkmäler stehen, mit in den Entwicklungsprozess ein, und erwarten deren Bereitschaft, die Weiterentwicklung dieser Denkmäler zu unterstützen und dem Ort somit die Möglichkeit zu geben, sich der Kultur zu erschließen, dann darf man nicht übersehen, den Anwohnern dafür die entsprechende Motivation zu bieten, damit sie die Nachteile akzeptieren, die eine Erschließung ihres Dorfes für sie mit sich bringt. Desgleichen gilt für die Angestellten im Kulturbereich. Auf keinen Fall darf nur der Aspekt der Arbeitsorganisation gesehen werden, sondern muss bei der Planung, die Bedürfnisse des Arbeitnehmers, der die Leistung erbringt, mit beachten. Denn nicht jeder ist für jede bestimmte Arbeiten einsatzfähig. Daher ist der menschliche Aspekt für positive Ergebnisse sehr wichtig, um so alle Fähigkeiten der Mitarbeiter, am richtigen Arbeitsplatz, zu erfolgreichem Einsatz bringen zu können. Unter Fähigkeiten werden körperliche, geistige und seelische Anlagen eines Menschen verstanden, und zwar gemessen an dessen Veranlagung und Entwicklung, aber auch in welchem Lebensabschnitt seine Fähigkeiten sich entfaltet haben. Es handelt sich dabei um körperliche und psychische Belastbarkeit, Geschicklichkeit, Fertigkeiten und Talente eines Menschen. Wie im Alltag spielen diese Fähigkeiten am Arbeitsplatz eine ebenso wichtige Rolle.

Die Arbeitsleistung der Belegschaft in vielen Kultur-Institutionen wird außerdem von der Stärke der innerbetrieblichen Motivation bestimmt, über die die Institution im Einzelnen verfügt. Mangel an Motivation lassen selbst gute Veranlagen und Fähigkeiten eines Arbeitnehmers nicht zur vollen Entfaltung kommen. Anreizende Motivation aber, bringen sogar mittlere Fähigkeiten in einem Menschen zu ihrer vollen Entwicklung. Sie schaffen eine positive Einstellung zur Arbeit, halten das Interesse an der Arbeit wach, intensivieren die Anstrengungen, zu der ein Arbeitnehmer bereit ist und mobilisieren so alle Kräfte, über die er verfügt. Überdurchschnittliche Leistungen werden immer dann erzielt, wenn sich große Fähigkeiten mit starken Impulsen verbinden. Die Leistungsfähigkeit sinkt, wenn die Fähigkeiten oder die Motivation nachlassen. Sie nimmt zu, wenn neue Impulse neue Kräfte schaffen oder neue Fähigkeiten zur Entwicklung kommen. Arbeitsorganisatorisch bedeutet dies, den Einzelnen nach seiner Leistungsfähigkeit zu beschäftigen. Man kann auch sagen, es ist ein arbeitsorganisatorische Ziel (gegen das leider allzu

oft verstoßen wird), den Einzelnen vor solche Aufgaben zu stellen, die dem Eignungstyp des jeweiligen Mitarbeiters entsprechen.

Die Arbeitsleistung wird weiter von dem Verhältnis bestimmt, das der Arbeitnehmer zu dem Gegenstand seiner Arbeit und der Arbeitsverrichtung selbst besitzt. Dabei darf man nicht nur die Arbeit als Objekt betrachten, sondern muss sich ebenso den menschlichen Einsatz vor Augen halten. Und eben dieser Einsatz kann oftmals begrenzt sein. Um einen zufriedenstellenden Einsatz des Arbeitnehmers und ein erfolgreiches Ergebnis seiner Arbeit zu erzielen, darf die Leistungsfähigkeit des Arbeitnehmers nicht überfordert werden. Mangel an Leistungsfähigkeit von Seiten des Arbeitnehmers, Überforderung und so paradox es klingt, auch Unterforderung seiner Leistungsbereitschaft, kann den Arbeitnehmer in seinem Einsatz überlasten, insbesondere, wenn seine Überlastung nicht durch andere Interessen und psychische Impulse ausgeglichen werden kann.

4. Zufriedenheit im Arbeitseinsatz

Arbeit ist für den Menschen da, und nicht der Mensch für die Arbeit. Was bedeutet, dass der Mensch auf Grund seiner Arbeit die notwendige materielle Sicherheit erhalten muss, um so für die Familie sorgen zu können.[6] Die Arbeitsleistung jedes Arbeitnehmers in einem Gruppeneinsatz wird durch die „zwischenmenschlichen“ Beziehungen, wie sie sich innerhalb dieser Gruppe herauszubilden pflegen, in ganz entscheidender Weise mitbestimmt.[7]

Zu einer erfolgreich geleiteten Kultur-Institution, wie unser Beispiel Delphi, gehört nicht nur gutgeführtes und sich gutverkaufendes Kultur- Management, sondern auch eine zufriedene Belegschaft. Schon die Anhänger der Ökonomisch-Physiologischen Schule kannten das Problem der auftretenden Langweile und Monotonie im Arbeitseinsatz. Sie gingen dem aber nicht weiter nach.

Für die Vertreter der Schule "Human - Relations" bedeutet Zufriedenheit der Individuen hingegen alles. Ihr vorrangiges Ziel war es, die Produktivität zu verbessern und gleichzeitig Zufriedenheit unter den Mitarbeitern zu erzielen. Ihr ganz einfacher, aber durchaus plausibler Grundsatz lautete: "Ein zufriedener Arbeitnehmer bringt auch zufriedenstellende Leistungen". Natürlich gibt es auch hier geteilte Meinungen. Doch gerade in einem so sensiblen Sektor wie Kultur überträgt der Arbeitnehmer seine Zufriedenheit oder Unzufriedenheit unweigerlich auf den Besucher. Dieser aber hat seinen gerechtfertigten Anspruch auf entgegenkommende Freundlichkeit.[8]



(Fotos: Karamenzas Thomas & Panagu Athanasius (2012). *Delphi: Gestern und Heute, Wiss. Tagung In Amfissa, (15-16 Mai). Proceedings Seite:210*)

5. Aufrechterhaltung non Beziehungen

Die Entwicklung und Aufrechterhaltung von Beziehungen, sprich Kontaktpflege, die eine Institution mit der Öffentlichkeit verbindet, ist ein sehr wichtiger Einsatzbereich der Öffentlichkeitsarbeit eines jeden Betriebes. Und der wirtschaftliche Erfolg eines Betriebes hängt besonders von sachgerechten und wahrheitsgemäßen Informationen in diesem Bereich ab. [9] Das Verhältnis eines Betriebes zur Öffentlichkeit macht den menschlichen Einsatz unumgänglich und das wiederum macht diesen Einsatzbereich besonders empfindlich für Misserfolge. Denn einem unzufriedenen Arbeitnehmer wird es auf Dauer nicht gelingen, seine Unzufriedenheit lange zu verbergen. Und gerade Unzufriedenheit überträgt sich schnell auf unser Gegenüber. Nun ist aber Kultur, das, was wir sind und mit der Öffentlichkeit austauschen und das, was wir darstellen wollen. Und der Eindruck, den Angestellte in Kultureinrichtungen hinterlassen, kann schnell zum bleibenden Bild werden, welches sich ein Besucher von der Kultur des Landes macht. Diese Kenntnis ist besonders für Kultur-Stätten wie Delphi von Wichtigkeit und bietet gleichzeitig viele Chancen.

Will man seine Kultur erfolgreich dem Anderen übermitteln, ist eine allgemeine positive Einstellung zu sich selbst und seinem Arbeitseinsatz unumgänglich. Wenn man den "Human - Relations" Ansatz folgt, so hat eine gutgeführte Kulturstätte wie Delphi auf lange Sicht gesehen mehr Erfolg als Kulturerlebnisse nach Art von «Selbstbedienungskultur», wie manche Museen des Landes sie immer noch anbieten. Mit "Human - Relations" wird im Arbeitsbereich eines Betriebes Kontaktpflege und das Gruppenverhalten innerhalb der Belegschaft bezeichnet. Im Unterschied dazu ist mit „Public Relations“ eine Kontaktpflege nach außen gemeint.[10]

Allgemein betrachtet, herrscht im Museum von Delphi ein gesundes Betriebsklima, weil hier ein möglichst naher Kontakt zum Besucher gepflegt wird. Im Gegensatz kommt es, hervorgerufen durch Fehlen des persönlichen Kontaktes zum Besucher und unausgeschöpfter Öffentlichkeitsarbeit, in Museen, wo leider noch Kulturerlebnisse nach Art von «Selbstbedienungskultur» praktiziert werden, schnell zu einer um sich greifenden Monotonie. Und gerade solch eine Beschäftigungssituation führt in der Belegschaft zu Frustration und Arbeitsunlust.

6. Die Zwischenmenschlichen Beziehungen

Das durchschnittliche menschliche Wesen ist arbeitsunlustig und wird die Arbeit meiden, soweit dies möglich ist...Aufgrund solcher charakteristischen Arbeitsunlust müssen die Mitarbeiter gezwungen, kontrolliert, gelenkt und mit Bestrafungen bedroht werden, damit sie eine angemessene Anstrengung auf sich nehmen, um das Unternehmensziel zu erreichen. Dazu kommt dass das durchschnittliche menschliche Wesen es vorzieht, gelenkt zu werden. Es wünscht Verantwortung zu vermeiden, es hat wenig Ehrgeiz und liebt die Sicherheit über alles.[11] Mit den folgenden Ausführungen soll nun u.a. für die Menschen die im Bereich der Kultur tätig sind das es demonstriert wird, daß diesem täglich und allerorts zu beobachtenden und insofern als mehr oder weniger selbstverständlich betrachteten Phänomen gewisse Gesetzmäßigkeiten zugrunde liegen.

7. Fazit

Nach unserer Ansicht, ist ein gesundes Betriebsklima absolut notwendig, damit wie erwähnt, Delphi auch in Zukunft als erfolgreiche Kulturstätte bestehen kann. Dazu bedarf es einer intakten zwischenmenschlichen Beziehung, und zwar zwischen Arbeitgeber (Stadtverwaltung)-Arbeitnehmer und Besuchern. Eine Sentenz die von vielen Autoren als geringfügige Formel für Individuum und demokratische Einstellung gesehen wurde.

Literaturverzeichnis

1. Vgl. Kromphardt Clever – Klipper.(1979). Methoden der Wirtschaft und Sozialwissenschaften, Gabler, Wiesbaden, Seite 13
2. Vgl. Stewart Nathaniel.,(1970). So erzielt der Manager Ergebnisse, 2 Auflage, Verlag modern industrie, Seiten: 13,14
3. Andronikos Manolis (2005). Delphi, Verlag. Athenon S.A., Seite, 6,7
- 4.Vgl.Kreckel Reinhard.,(1975). Soziologisches Denken – eine kritische Einführung, UTB, Leske Verlag + Budrich GmbH, Opladen, Seite 37
5. Vgl. Schanz Günter(1978).Verhalten in Wirtschaftsorganisationen Valens Handbücher der Wirtschaft und Sozialwissenschaften den Verlag Valen, Seite 107
- 6.Vgl.Knapp-Vogelsinger-Sulek.,(1982). Wirtschaft: Mitdenken, Mitgestalten-Mitverantworten by Verlag Carl Ueberreuter, Wien, Seite 23
- 7.Vgl.Gutenberg E.,(1975). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftlicher Verlag. Dr Th. Gabler, Wiesbaden, Universität Köln, Seite 58
8. Karamenzas Thomas & Panagu Athanasius., (2012). *Delphi: Gestern und Heute, Wiss. Tagung In Amfissa, (15-16 Mai). Proseedings Seite:*
- 9.Vgl. Kerler Richard., (1975). Begriffe des Managements, Wichtige Wörter und Begriffe von A bis Z ausführlich erklärt, Moderne Information, Humboldt – Taschenbücher, Seiten: 55& 97
- 10.Vgl.Schanz Guenter (1978) Verhalten in Wirtschaftsorganisationen, Verlag Valen, Seite 133
- 11.Vgl McGregor, 1960, S.33L; Übetsetzung entnommen aus Nick, 1974, S.147: Douglas McGregors „Theorie X"

Kommunikationspolitische Maßnahmen in griechischen Restaurants

Christos Amiradis

Fakultät für Fremdenverkehr, Fachhochschule Larissa
Larissa, Griechenland
E-mail: amic@teilar.gr

Zusammenfassung

Es gibt mehrere Beweggründe, die die Menschen zu einem Restaurantbesuch motivieren. Die Faktoren die ihm bei der Auswahl des einen oder des anderen Restaurant beeinflussen können die Lage des Restaurants, die Servicequalität, die besondere Atmosphäre, die feine Küche, die Kosten oder am häufigsten eine Kombination von ihnen sein. Diese Faktoren sind gleichzeitig verantwortlich für den Erfolg des Restaurants, seitens des Unternehmens. Sie könnten folglich als Leitlinien für die Gastronomen dienen, um gezielter die entsprechenden Marketinginstrumente zu verwenden. Ziel dieser Studie ist zu erforschen und zu beantworten in welchem Umfang und auf welcher Weise werden Marketing Praktiken und insbesondere eine Kommunikationspolitik in griechischen Restaurants angewendet. Die Instrumentenmischung der Kommunikation in der Hotellerie und Gastronomie besteht aus Werbung, verschiedenen promotiven Aktionen (Verkaufsförderung), Öffentlichkeitsarbeit und persönlichem Verkauf. Die Anwendungsweise seitens der Restaurants bildet die Grundlage und das Ziel dieser Arbeit.

Schlüsselwörter: *Restaurantmarketing, Kommunikationspolitik, griechische Restaurants*

1. Einführung

Das Hungerstillen ist längst nicht mehr der einzige und ausschließliche Zweck eines Restaurantbesuchs. Es gibt noch weitere Bedürfnisse die abgedeckt werden müssen und Beweggründe die zu solchen Besuche motivieren.

Welchen Einzelheiten gibt ein Gast besondere Acht, welche sind die Faktoren die ihm bei der Auswahl beeinflussen und warum bevorzugt er das eine oder das andere Restaurant? Spielt eigentlich die entscheidende Rolle die Lage des Restaurants, das perfekte Service, die besondere Atmosphäre, die feine Küche oder die Kosten? Zweifellos, er nimmt Rücksicht auf alles.

All das können zu Faktoren zugeordnet werden, die zu einer erfolgreichen Präsenz des Restaurants mitwirken. Diese könnten wiederum als Leitlinien für die Gastronomen dienen, um gezielter die verfügbaren Marketinginstrumente zu verwenden, um das Image des Unternehmens nach außen zu optimieren.

Aber in welchem Umfang und in welcher Weise werden Marketing Praktiken und insbesondere eine Kommunikationspolitik in griechischen Restaurants angewendet? Stellt die Kommunikationspolitik in einem Unternehmen der Gastronomiebranche einen wichtigen für den Erfolg des Unternehmens Faktor dar?

Ziel dieser Studie ist, diese Fragen zu erforschen und zu beantworten.

2. Das Forschungsfeld

Antworten auf diese Fragen können in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Branche gegeben werden, d.h. unterschiedliche Restaurants. Für die vorliegende Studie wurden 34 Restaurants von Athen ausgewählt, die der Servicegastronomie zuzuordnen sind.

Da der Gast in solchen Betrieben bedient wird, erweist sich im Vergleich zu anderen Systemformen, wie z.B. Free Flow, Counter usw., für die Servicegastronomie vor allem ein hoher Dienstleistungsgrad als typisch. Daher wurden dieser Untersuchung Betriebe der Servicegastronomie zugrunde gelegt. Auf die Einbeziehung anderer Betriebstypen wurde aufgrund der schwierigen Vergleichsmöglichkeiten und der gleichzeitigen Beeinträchtigung der Aussagefähigkeit der Ergebnisse verzichtet.

Es handelt sich um 34 bekannte und mit gutem Ruf Restaurants. Sie wurden aus dem "Restaurantführer 2011"⁸⁵ ausgewählt, der 176 Restaurants in Athen und Piräus auswertet. Die Bewertungsscala startet mit 2,5 Sternen und erreicht die 5 Sterne für die Spitzenrestaurants. Die Liste mit den 34 ausgewählten Restaurants beinhaltet einen mit 4,5 Sternen, vier mit 4 Sternen und 28 mit 3,5 Sternen ausgezeichnete Restaurants. Die restlichen 142 Restaurants sind mit 3 und 2,5-Sterne ausgewertet. Es sollte beachtet werden, dass es kein Restaurant mit 5 Sternen gibt.

Die Informationen für diese Studie wurden mit Hilfe der Führenden dieser Unternehmen gesammelt, die Experten zu diesem Thema sind. Es wurden ihre Ansichten über die Anwendung von Marketinginstrumente in ihrem Unternehmen angefordert, gemäß dem Zweck unserer Studie. So fand eine Untersuchung mit Hilfe eines Fragebogens mit geschlossenen Fragen statt, bezüglich der von ihnen angewendeten Kommunikationspolitik.

Die Umfrage wurde im Februar und März 2012 durchgeführt. Von den 34 ausgewählten Unternehmen wurden 20 ausgefüllte Fragebögen gesammelt. Vier Unternehmen hatten ihren Betrieb zugemacht, sieben Geschäftsführer hatten keine Zeit zu antworten, und drei Verantwortlichen wurde keine Genehmigung vom Generaldirektor (Hotelrestaurants) gegeben.

3. Elemente der Unternehmensplanung in einem Gastronomischen Unternehmen

Generell gilt, dass ein Unternehmen erfolgreich ist, wenn es in der Lage ist, mit ihren Aktionen die Anforderungen von potentiellen Kunden zu befriedigen. Der Erfolg ist das Ergebnis von Bewirtschaftungsmaßnahmen, die in der Regel in wirtschaftlichen (monetären) Größen⁸⁶ reflektiert wird.

„Als strategische Erfolgsfaktoren werden jene Elemente - Faktoren oder Bedingungen - identifiziert die den Erfolg oder Misserfolg der Geschäftstätigkeit entscheidend beeinflussen“⁸⁷.

Die strategische Erfolgsfaktoren sind sowohl innerhalb (interne Faktoren) als auch außerhalb (externe Faktoren) der Unternehmen wirksam. Es ist daher sehr wichtig für die Unternehmer diese Faktoren zu kennen, denn sie können entscheidend durch geeignete Marketing-Maßnahmen für den Erfolg des Unternehmens beeinflusst werden. Die Bedeutung also der Erfolgsfaktoren für die strategische Planung eines Unternehmens ist sehr groß.

⁸⁵ Bewertungsführer von Restaurants and Tavernen in Athen und Piräus. Sonderausgabe „der Sonntags – Eleftherotypia“ (Sonntagszeitung).

⁸⁶ Gabler Wirtschafts-Lexikon, 1993, S. 997.

⁸⁷ Kreilkamp, 1987, S.176.

Es ist sehr üblich in der Gastronomie, dass die etwaige Geschäftsideen eines jeden Unternehmer nach seinem subjektiven Blick und nach empirischen oder gar keine Kenntnisse über den Markt umgesetzt werden, ohne vorherige systematische Marktforschung. Der Erfolg aber des Betriebs hängt ausschließlich vom Wohlwollen und von der Unterstützung der Kunden, die schließlich entscheiden wo und wie sie ihr Geld ausgeben werden. So sollten idealerweise ihre Anforderungen im Mittelpunkt des Unternehmensplanung sein, was dem Produktangebot betrifft, damit sie voll und ganz befriedigt werden. Da die Entwicklung des operationellen Programms, sowohl in der Theorie als auch in der Praxis auf kundenorientierte Kriterien basieren sollte, diese sind hauptsächlich die Elemente, die in diesem Papier angesprochen werden, nämlich die „marktorientierte Faktoren“⁸⁸. Die „Betriebsorientierte Faktoren“ (Verwaltung, Einkäufe, etc.) werden ausgelassen.

Gesamtwirtschaftliches Angebot und Unternehmensleistung kann sowohl in der Praxis als auch in der Theorie nach den entsprechenden Marketinginstrumenten (Tab. 1) unterteilt werden. Basierend auf dieser Unterteilung gestalten die Unternehmer ihre Unternehmensplanung. Deshalb ist es sinnvoll, diese Unterteilung für die Zwecke dieser Arbeit zu verwenden. Somit können die relevanten "marktorientierten Faktoren" eines Gastronomieunternehmens erfasst werden, wie sie weiter unten dargestellt werden:

Tabelle 1: Die marktorientierte Faktoren eines Gastronomieunternehmens

Produktpolitische Faktoren	Preispolitische Faktoren	Standortpolitische Faktoren	Kommunikationspolitische Faktoren
<ul style="list-style-type: none"> • Sortimentspolitik • Food- und Beverage - Qualität • Servicepolitik • Raumpolitik • Betriebliche Besonderheiten usw. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preisniveau • Preisspanne • Preisstreuung • Wahrnehmung u. Beurteilung • Preis als Qualitätsindikator usw. 	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur • Betriebliches Umfeld • Verkehr • Raum • Bevölkerung • Gesetzliche Vorschriften usw. 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung • Verkaufsförderung • Persönlicher Verkauf • Öffentlichkeitsarbeit

Quelle: Kaub (1996)/ Meyer, (1997)

In dieser Studie befassen wir uns ausschließlich mit der Kommunikationspolitik der Gastronomieunternehmen.

4. Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik eines Unternehmens wird in der Praxis mit der Promotion umgesetzt, dem vierten von den vier „P’s“ die McCarthy vorschlägt (die vier Variablen beginnen mit dem lateinischen Buchstaben "P"). Diese sind: Product (Produkt), Pricing (Preis) Promotion (Kommunikation) und Place (Standort), das bekannte Marketing Mix⁸⁹.

Die Kommunikation (Promotion) umfasst nach Kotler⁹⁰ (1991), «... sämtliche Geschäftsaktivitäten, die zum Informieren der Verbraucher über die Vorteile des Produktes

⁸⁸ Kaub, 1996, S. 119ff. / Meyer, 1997, S. 76ff.

⁸⁹ Middleton, 2001.

⁹⁰ Kotler, 2000.

dienen und um sie zu motivieren dies zu kaufen". Diese Aktionen kommunikativer Annäherung der Kunden machen die Kommunikationsmischung (Promotion Mix) aus.

Charakteristisch für die Kommunikationspolitik ist die Tatsache, dass im Vergleich zu anderen Marketinginstrumente, wie z. B der Produktpolitik, weder erforderlich sind noch Veränderungen am Produkt oder an die Dienstleistung auftreten. Es wird nur darauf abgezielt, eine Änderung der Einstellung zu erreichen und möglicherweise die potenziellen Kunden zu fördern, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen. Der Gastronom versucht eine Nachricht an die potenzielle Kunden zu vermitteln und sie aufmerksam darauf zu machen, damit sie eine positive Haltung gegenüber dem Unternehmen entwickeln, um sie schließlich zu motivieren, einen Besuch im Restaurant zu machen⁹¹.

In der Literatur über Marketing werden unterschiedliche Maßnahme von Kommunikationspolitik erwähnt und vorgeschlagen, mit verschiedenen Klassifikationen⁹². Im Allgemeinen geht es um die gleichen Forme von Kommunikationspolitik, die aufgrund unterschiedlicher Kriterien verschiedentlich kategorisiert sind.

In der Hotellerie und Gastronomie wird eine klassische Kategorisierung angewandt, die eine eindeutige Identifizierung ermöglicht. Die Instrumentenmischung der Kommunikation besteht aus Werbung, verschiedenen promotiven Aktionen (Verkaufsförderung), Öffentlichkeitsarbeit und persönlichem Verkauf⁹³ und die Anwendungsweise seitens der Restaurants bildet die Grundlage und das Ziel dieser Arbeit.

All das mit den jeweiligen Ausprägungen wird in der Tabelle 2 präsentiert. Die Ausprägungen der einzelnen Kommunikationsinstrumente wurden aufgrund ihrer Relevanz und ihres Einsatzes in der Gastronomie zusammengefasst und fordern natürlich keine Vollständigkeit.

Im Rahmen dieser Arbeit, wurde untersucht, ob und inwieweit sie von den in diese Untersuchung einbezogenen Gastronomiebetrieben eingesetzt werden

Tabelle 2

Kommunikationspolitik			
Werbung	Verkaufsförderung	Persönlicher Verkauf	Öffentlichkeitsarbeit
(Lokal-) Fernsehen	Rabattmenü Angebote	Anzahl des Personals	Kontakte zur Presse
(lokaler) Hörfunk	Gutscheine	Qualifikation des Personals	Informationsmappen
Kinowerbung	„Extra“ Speisenmenge	Fachspezifische Ausbildung	Veröffentlichungen
Zeitungen	Außer-Haus-Verkauf	Berufserfahrung	Spezielle Veranstaltungen
Fachzeitschriften	Speisekarte und Tageskarte am Eingang	Dauer der Beschäftigung im Betrieb	Soziales Engagement
Publikumszeitschriften	Speisekarte zum Mitnehmen	Auftreten des	

⁹¹ Nach dem AIDA Regel (Attention, Interest, Desire, Action) von Lewis (1898). Blythe, J., 2002: S. 231.

⁹² Kaub, 1996 / Schätzing, 1985 / Blythe, 1998 /Armstrong & Kotler, 2009.

⁹³ Benetatos et al, 2004 / Holloway & Robinson, 2003 / Groutas & Nikolaidis, 2000 / Middleton, 2001.

		Servicepersonals	
Anzeigenblätter	Buffets	Kommunikationsfähigkeit des Servicepersonals	
Flugblätter	Weinausstellung (Vitrine)		
Plakate	Gebrauchsgegenstände mit Hauseigenem Aufdruck (Tafelgeschirr, Streichhölzer, sous-verre usw.)		
Öffentliche Verkehrsmitteln	Geschenke für die Gäste		
Mund-zu-Mund-Werbung	Umsatzbeteiligung		
Neue Medien (Internet, social Media)	Bonus		
Adressbücher	Servicebesprechungen in Meetings		
Direktwerbung	Schulungen (Verkaufs- bzw. Verhaltenstraining)		
Sonst. Werbeträger			

4.1 Die Werbung

Es gibt zahlreiche unterschiedliche Definitionen des Begriffs Werbung innerhalb der Marketingliteratur. Eine von ihnen ist z.B. die vom Kotler⁹⁴, nach der „Werbung ist jede Form von bezahlten nicht-persönlichen Präsentation und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen von einem bestimmten Unternehmen“. Somit wird auch in der Gastronomie versucht, Einfluss auf die Kaufentscheidung bzw. die Einstellung der potentiellen Gäste und in Bezug auf die Leistungen des Unternehmens auszuüben.

Um Werbebotschaften an die potentiellen Gäste heranzutragen, kann ein Gastronom aus einer Vielzahl an Werbeträgern auswählen und die eigenen Werbeaktionen planen. Natürlich finden nicht alle existierenden Werbeträger in der Gastronomie Anwendung. Im Rahmen dieser Arbeit, wurden in diese Untersuchung die obigen Werbeträger (Tab. 2) mitgefasst. Es fehlt natürlich der Werbeträger Adressbücher (Gelbe Seiten) aus der Liste, aufgrund der Tatsache, dass i.d.R. alle gewerblichen Anbieter über einen Telefonanschluß verfügen und insofern auch in den „Gelben Seiten“ zu finden sind.

4.2 Die Verkaufsförderung

Verkaufsförderung (Promotion) ist laut Meffert⁹⁵ „die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher, meist zeitlich begrenzter Maßnahmen, die dazu dienen, bei den Kunden kurzfristig zusätzliche Kaufanreize zu schaffen, um Kommunikations- und Verkaufsziele des Unternehmens zu realisieren.“

⁹⁴ Kotler, 2000.

⁹⁵ Meffert, 1997, S. 336.

Die Verkaufsförderung kann als eine Mischung aus verschiedenen Techniken definiert werden, Der Aktionscharakter der Aktivitäten ist zeitlich begrenzt und soll auf das Konsumentenverhalten Einfluss nehmen. Die Promotions-Aktivitäten haben die Fähigkeit, die öffentliche Aufmerksamkeit auf etwas Bestimmtes zu fokussieren, so dass sie einen direkten Einfluss auf das Umsatzvolumen haben.

Die Bedeutung der Verkaufsförderung innerhalb des Kommunikationsmix und ihre strategische Rolle hängen von der jeweiligen Dienstleistungsbranche zu. Die umfangreichen Möglichkeiten, die sich einem Unternehmen durch Verkaufsförderungsmaßnahmen bieten, können auch in der Gastronomie genutzt werden.

Obwohl die Untergliederung der Verkaufsförderungsmaßnahmen in Verkaufs-, Händler- und Verbraucher-Promotion⁹⁶ üblicherweise für den Handel eingesetzt wird, kann sie auf den Dienstleistungssektor Gastronomie auch Verwendung finden. In der vorliegenden Untersuchung wurden die Verkaufsförderungsmaßnahmen in einer Liste umgefasst (Tab. 2) und im Fragenbogen eingenommen.

4.3 Der persönliche Verkauf

Der persönliche Verkauf im gastronomischen Sektor mit Schwerpunkt Service-Gastronomie erfolgt durch die persönliche Kommunikation und die Serviceleistung des Servicepersonals, welche aufgrund des unmittelbaren und im Vergleich zu manch anderen Branchen gehäuften Kontaktes mit den Gästen, von außerordentlich hoher Bedeutung ist.

Die Persönliche Kommunikation umfasst laut Meffert⁹⁷ „sämtliche Maßnahmen, die darauf ausgerichtet sind, mit dem Kunden in direkten persönlichen Kontakt zu treten, um durch eine individuelle Kundenansprache die Kommunikationsziele des Unternehmens zu realisieren.“ Schnelle, freundliche Bedienung und generell guter Service ist also hinsichtlich der Optimierung der Gästezufriedenheit gefragt. Das Gastkontaktpersonal stellt also einen bedeutenden Faktor dar, der einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Betriebes leistet.

Die Servicequalität wird von verschiedenen Komponenten bestimmt. Die in dieser Studie Einflußfaktoren der Servicequalität untersuchten Kriterien entstammen zum Teil den fünf Dimensionen der von Parasuraman und Zeithaml⁹⁸ entwickelten Servqual-Methodik zur Messung von Servicequalität und resultieren zum Teil aus persönlicher Erfahrung. Es handelt sich um die Anzahl des Personals (gesamt- und Servicepersonal) und die Qualifikation des Servicepersonals. Die zweite stellt sich aus seiner fachspezifischen Ausbildung, seiner Berufserfahrung sowie die Dauer der Beschäftigung im Betrieb, seine Kommunikationsfähigkeit und sein Auftreten zusammen. Das Auftreten des Servicepersonals als Kriterium, bezieht sich auf das optische Erscheinungsbild, dass rundum gepflegt sein muss (Kleidung, Sauberkeit usw.). Die Kommunikationsfähigkeit schließlich hat vor allem mit der Aufmerksamkeit des Servicepersonals gegenüber dem Gast zu tun. Dies beginnt bereits am Telefon bei einer evtl. Tischreservierung des Gastes, betrifft des Weiteren die Begrüßung, das Zuweisen eines Platzes, die prompte Bedienung, einen höflichen und zuvorkommenden Service während des gesamten Restaurantbesuches. Dazu gehört auch natürlich die Fähigkeit zu verkaufen, um den Umsatz zu steigern.

⁹⁶ Nieschlag, 1988, S. 493 / Weis, 1985, S. 291.

⁹⁷ Meffert, 1997, S.373.

⁹⁸ Parasuraman und Zeithaml, 1992, S. 199ff.

4.4 Die Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit ist Teil der Anstrengungen der Unternehmen um Kommunikation mit ihrer Umwelt zu schaffen. Ziel ist, um Vertrauen und Verständnis zu werben, damit sie ein gutes Image und das beste Vorstellungsbild für das Unternehmen zu schaffen. Somit werden ihre Ziele möglichst reibungslos und effizient zu erreichen sein⁹⁹. Primäre Aufgabe ist also der Öffentlichkeitsarbeit ist das Erscheinungsbild eines Unternehmens als Ganzes zu optimieren.

Es geht um kommunikative Aktivitäten die rund um die Bemühungen zur Förderung des Unternehmens unterstützen und ergänzen harmonisch die Werbekampagne. Sie tragen wesentlich dabei, die Öffentlichkeit zu beeinflussen, kosten viel weniger als die zusätzliche Werbung und sind überzeugender als sie. Deswegen muss also Ziel und Aufgabe eines jeden Unternehmens sein, einen optimalen Einklang zwischen Werbung bzw. Verkaufsförderung und der Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen, um eine möglichst hohe Effizienz zu erlangen.

Die Mittel bzw. Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit differieren im Vergleich zu den anderen kommunikationspolitischen Instrumenten. So gilt es vor allem Kontakte zur Presse zu knüpfen, Public Relations-Anzeigen zu schalten, Veranstaltungen, wie z.B. Jubiläumsfeiern, Betriebsbesichtigungen usw. durchzuführen, Informationsmappen zu erstellen, unternehmensbezogene Auskünfte nach außen zu erteilen, uvm¹⁰⁰.

Die Öffentlichkeitsarbeit der hier untersuchten Restaurants wurde nicht berücksichtigt und in der Studie nicht eingezogen.

Nachfolgend werden die Befunde der Untersuchung zitiert.

5. Analyse der Befunde

Es ist anzumerken, dass die Analyse der Befunde mit der Technik der deskriptiven Statistik vorgenommen wird¹⁰¹. Die schematische Darstellung mit Hilfe des Microsoft Office Programms Excel.

Der Fragebogen besteht aus drei Abschnitte über:

1. die Daten der Unternehmen und der Interviewpartner,
2. die Ansichten der Geschäftsführenden (Interviewpartner) über Marketing, und
3. die kommunikationspolitischen Aktionen in ihren Betrieben.

5.1 Die Daten der Unternehmen und der Interviewpartner

Zum Beginn der Untersuchung werden Daten über die Betriebe gesammelt. In Bezug auf das Profil der Personen, die die Fragebögen ausfüllten, werden dann demografische Informationen präsentiert.

Was die Gründungsjahre der Unternehmen angeht, kann man feststellen, dass die Mehrheit der Unternehmen (65%) nach dem Jahr 2005 gegründet wurde. Der höchste Prozentsatz sogar im Jahre 2010 (20%). Dies hat offensichtlich zu tun mit dem Boom der die Branche in dem letzten Jahrzehnt erlebte. Es ist bemerkenswert, dass es ein Geschäft seit 1960 existiert.

⁹⁹ Igoumenakis, 1997, S. 334.

¹⁰⁰ Weis, 1985, S. 302f.

¹⁰¹ Keller, 2010.

Bezüglich der Kapazität der Unternehmen in Sitzplätzen, 50% der Unternehmen verfügen mehr als 80 Sitzplätze und die restlichen 50% weniger als 80 Sitzplätze (Diagramm 1).

Die größten Anteile an Arbeitnehmern die in einem Unternehmen arbeiten, schienen in Unternehmen die 12 bis 15 Personen beschäftigen (15% der Stichprobe jeweils). Es gibt nur 10% der Stichprobe mit mehr als 30 Arbeitnehmern. Von 4 bis 12 Arbeiter 35% und von 17 bis 35 Arbeitnehmer 30% (Diagramm 2).

Diagramm 1: Kapazität in Sitzplätzen

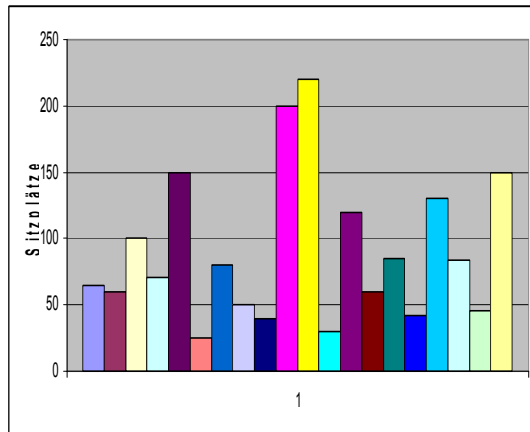
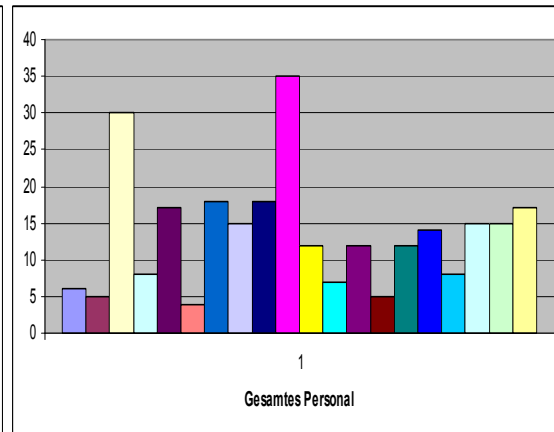


Diagramm 2: Personal



Die nächste Frage hat mit der Beziehung der Person, die den Fragebogen ausfühlte, mit dem Unternehmen. Spezifisch, 35% sagte sie sei Besitzer, 35% davon gab sich als Manager, während die restlichen 30% sagten, „etwas anderes“.

Was ihre Ausbildung betrifft, die Mehrheit hat einen Hochschulabschluss (45%). Natürlich gibt es eine 20% mit Masterdiplom und 30% absolvierte touristische Fachschule. Schließlich, das verbleibende 5 % ist Gymnasium/Lyzeum Absolventen.

Zunächst wird die Berufserfahrung, der Geschäftsleitenden erfragt. Die höchsten Raten werden bei 6,10, 20 und 25 Jahre Dienst mit jeweils 15%, 20%, 15% bzw. 15% beobachtet, mit dem größten Wert bei 10 Jahren Erfahrung mit 20%.

5.2 Die Ansichten der Geschäftsführenden

Die Mehrzahl der Probanden (60%) findet, dass Marketing Anwendung auf die Gastronomie hat, während 35% von denen wenig überzeugt davon ist und 5% hält davon nichts.

An die Frage ob „es für ihren Betrieb ein Marketing-Plan gibt“, antwortete 62% positiv und 38% negativ.

Die nächste Frage bezieht sich auf die Person, die den Marketing-Plan entwickelte. Insbesondere, sagte 45% der Stichprobe, dass der Marketing-Plan von Menschen aus dem Unternehmen entwickelt wurde, während 20% erwähnt, er sei von Spezialisten außerhalb des Unternehmens geplant. Schließlich hat ein großer Prozentsatz von 35% keine Antwort gegeben.

Danach wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie denken, dass es einem Restaurant eine geeignete Kommunikationspolitik nützt. Die Mehrheit der Probe (77%) sagte "sehr viel" und 23% "ein wenig".

5.3 Die Kommunikationspolitik der Betriebe

Die Frage, ob *"Sie ein bestimmtes Kommunikationsstrategie anwenden mit bestimmten Marketinginstrumenten von den nachstehenden"*, umfasst Werbung, Verkaufsförderung und persönlichen Verkauf. Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) gehört nicht zu den Zielen dieser Forschung und wird nicht untersucht.

5.3.1 Werbung

Was die Werbung betrifft, die Befunde zeigen, dass die beliebteste verwendete Form *„Mund zu Mund“* ist (100%). Die Medien *„neue Medien – Internet“* folgen mit 90% positiven Antworten. Die niedrigsten Werte sind bei Werbeträger wie Plakate und Kino ohne positive Antwort (0%) (Tab. 3).

Tabelle 3: Werbung

Werbeträger	Nein	Ja
Fernsehen	90%	10%
Hörfunk	80%	20%
Kino	100%	0%
Zeitungen	62%	38%
Fachzeitschriften	50%	50%
Publikumszeitschriften	45%	55%
Anzeigenblätter (Broschüre)	90%	10%
Flugblätter	90%	10%
Plakate	100%	0%
Öffentliche Verkehrsmitteln	95%	5%
Mund-zu-Mund- Werbung	0%	100%
Neue Medien (Internet, social Media)	10%	90%

Zusätzliche deskriptive Analyse wurde durchgeführt, um die Gründe für die Verwendung oder nicht der bestimmten Werbeträger festzustellen.

Der Hauptgrund weshalb das Fernsehen als Medium nicht benutzt wird, ist dass er teuer ist. Des Weiteren, die meisten Firmen meinen dass das Radio nicht attraktiv ist. Sie denken auch, dass das Kino kein effektives Werbemedium ist, genauso wie die Zeitungen. Die Mehrheit im Gegensatz hält die Branchenmagazine sowie die allgemeine Magazine als wirksame Werbeträger.

Tab. 4: Begründung

Optionen	Fernsehen	Hörfunk	Kino	Zeitungen	Fachzeitschriften	Publikumszeitschriften
A – Sehr effektiv	20%	10%	5%	40%	45%	60%
B – Ineffektiv	0%	0%	45%	10%	5%	0%
C – Nicht nötig	25%	40%	35%	50%	40%	40%
D - Teuer	55%	35%	10%	0%	5%	0%
E -Preiswert	0%	0%	0%	0%	0%	0%
F – Ich weiß nicht wie es geht	0%	0%	5%	0%	0%	0%
G- Ich dachte nicht daran	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Der Hauptgrund weshalb die Broschüren nicht eingesetzt werden ist „sie seien nicht notwendig“. Das Gleiche gilt für die Flugblätter, sowie für die Plakate. Wichtig zu erwähnen ist, dass die Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln recht teuer ist, und dies wirkt abschreckend.

Tab. 5: Begründung (weiter)

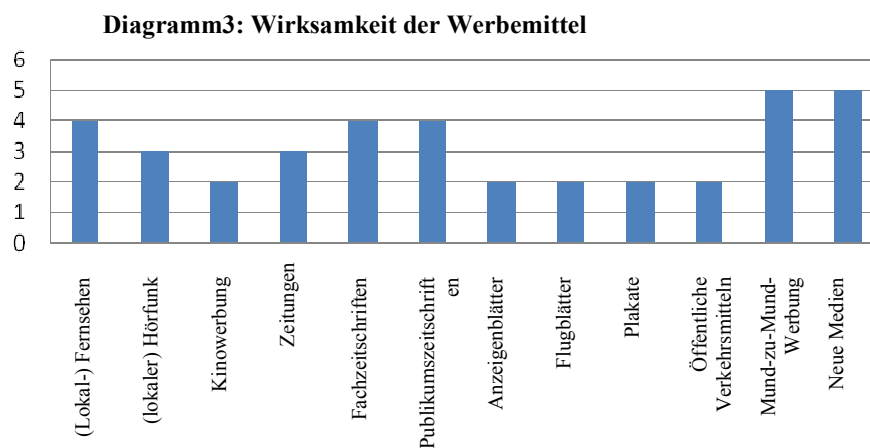
Optionen	Anzeigenblätter (Broschüre)	Flugblätter	Plakate	Öffentliche Verkehrsmitteln	Mund-zu-Mund-Werbung	Neue Medien (Internet, soziale Medien)
A–Sehr effektiv	15%	0%	0%	10%	85%	70%
B– Ineffektiv	20%	30%	40%	10%	5%	5%
C– Nicht nötig	65%	60%	60%	35%	5%	10%
D - Teuer	0%	0%	0%	40%	0%	0%
E -Preiswert	0%	5%	0%	5%	5%	15%
F – Ich weiß nicht wie es geht	0%	5%	0%	0%	0%	0%
G-Ich dachte nicht daran	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Anschließend werden die Werbemittel bewertet, die „am effektivsten ihrer Meinung nach für die Restaurants sind.“ (Tab. 6). Die Auswertung erfolgt in aufsteigender Reihenfolge. Wie man aus den Ergebnissen in der Tabelle entnehmen kann, das wirksamste Werbemittel ist die "Mundpropaganda", gefolgt von den neuen Medien - Internet. Schließlich, die am wenigsten wirksame Mittel der Werbung sind die Flugblätter und die Plakate.

Tab. 6: Auswertung der Werbeträger

Werbeträger	Rang
Fernsehen	3
Hörfunk	4
Kino	9
Zeitungen	7
Fachzeitschriften	5
Publikumszeitschriften	6
Anzeigenblätter (Broschüre)	10
Flugblätter	11
Plakate	12
Öffentliche Verkehrsmittel	8
Mund-zu-Mund-Werbung	1
Neue Medien (Internet, soziale Medien)	2

Diagramm 3 zeigt die „Intensität der Wirksamkeit der Werbemittel (von 1 bis 5), nach ihrer Meinung“.



5.3.2 Verkaufsförderung

Die Befunde legen nahe, dass als meist angewendete Promotionstrategie, die der „extra Menge“ gilt (75% positive Antworten), gefolgt von „Rabattmenü Angebote“ mit 50% positive Antworten. Die niedrigste Punktzahl erreichen die Techniken „Preislisten“, „Außer-Haus Verkauf“ und „Gutscheine“ mit wenigen positiven Antworten.

Tab.7: Verkaufsförderung und Merchandising

Verkaufsförderung und Merchandising	Nein	Ja
Rabattmenü Angebote	50%	50%
Gutscheine	90%	10%
„Extra“ Speisenmenge	25%	75%
Außer-Haus Verkauf	85%	15%
Speisekarte und Tageskarte am Eingang	65%	35%
Buffets	85%	15%
Weinausstellung (Vitrine)	65%	35%
Speisekarte zum Mitnehmen	95%	5%
Gebrauchsgegenstände mit Hauseigenem Aufdruck (Tafelgeschirr, Streichhölzer, sous-verre usw.)	60%	40%
Geschenke für die Gäste	65%	35%

Anschließend wird die Wirksamkeit jeder eine der obigen Techniken bewertet, nach der Meinung der Interviewpartner. Die Bewertungs-Skala reicht von 1 (am wenigsten) bis 5 (am meisten).

Bezüglich der „Rabattmenü Angebote“, 50% hat eine befürwortende Stellungnahme (4 & 5 zusammengefasst), 15% neutral (3) und 35% negativ (1 und 2 zusammengefasst) (Diagramm 4).

30% der Befragten hat eine positive Meinung über die „Gutscheine“, 30% äußert sich neutral und 40% negativ (Diagramm 5).

Diagramm 4: Rabattmenü Angebote

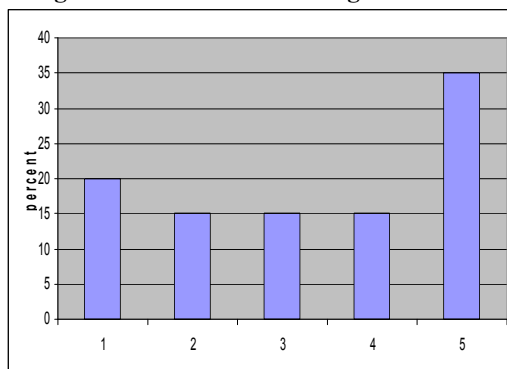


Diagramm 5: Gutscheine

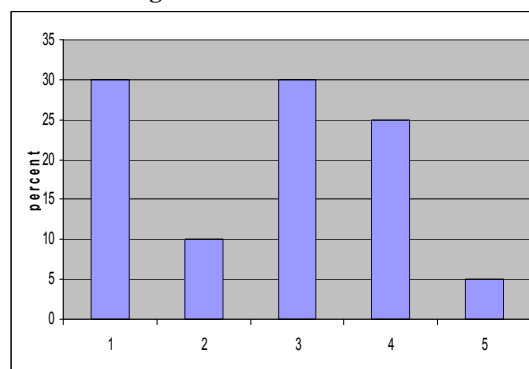


Diagramm 6 zeigt die Auswertung der „extra Speisenmenge“, wobei 50% der Befragten haben eine positive Ansicht, 15% neutral und 35% negativ.

Wir sehen im Diagramm 7 die Auswertung von „Speisen und Getränke zum Mitnehmen“. Die Mehrheit der Stichprobe (85%) hat eine ablehnende Stellungnahme, während 15% ist neutral.

Diagramm 6: Extra Speisenmenge

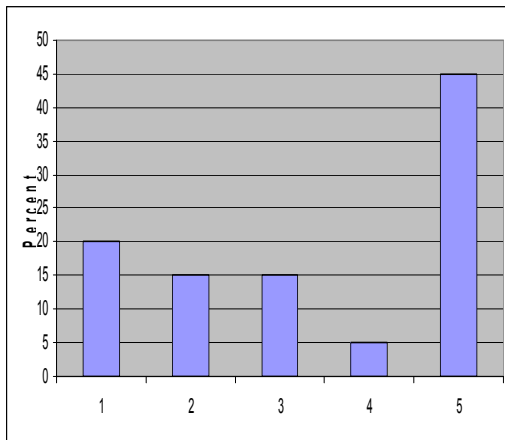
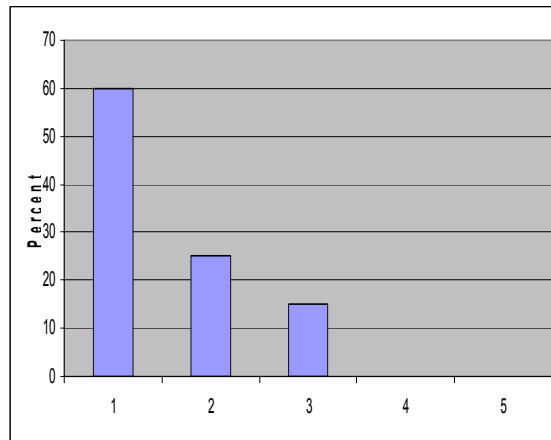


Diagramm 7: Außer-Haus Verkauf



Hinsichtlich der Technik der „Speisekarte und der Tageskarte am Eingang des Restaurants“, 50% der Stichprobe ist dagegen, 15% ist dafür und 35% äußert sich neutral (Diagramm 8).

Bei der Auswertung über „das Buffet“, 15% der Befragten hat eine positive Meinung, 35% eine neutrale und 50% eine negative (Diagramm 9).

Diagramm 8: Speisekarte und Tageskarte am Eingang

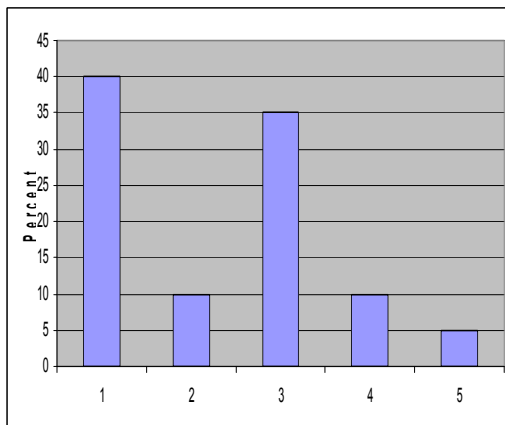
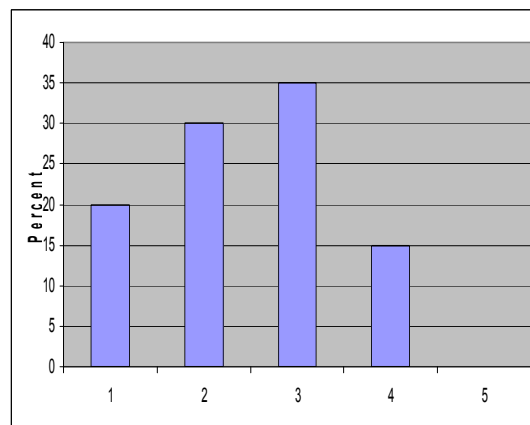


Diagramm 9: Buffets



Was die Auswertung der „Weinausstellung“ (Vitrine) betrifft, 35% denkt positiv darüber, 30% neutral und 35% negativ (Diagramm 10).

Mit 85% absolute Mehrheit ist auch gegen die „Speisekarte zum Mitnehmen“, gerade nur 5% ist dafür (Diagramm 11).

Diagramm 10: Weinausstellung

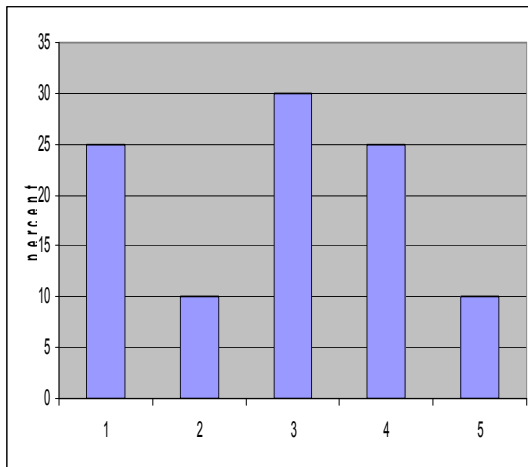


Diagramm 11: Speisekarte zum Mitnehmen

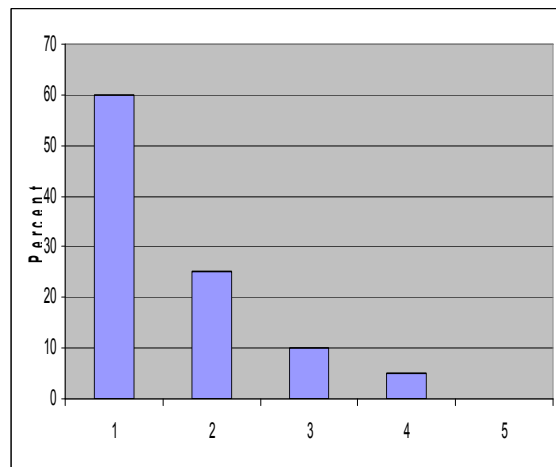


Diagramm 12 zeigt die Auswertung der verschiedenen „Gebrauchsgegenstände mit Hauseigenem Aufdruck“. 30% der Befragten hat eine positive Aussicht, 15% neutral und 55% negativ.

Über „Geschenke für die Gäste“ denkt 35% positiv, 25% neutral und 40% negativ (Diagramm 13).

Diagramm 12: Gebrauchsgegenstände mit Hauseigenem Aufdruck

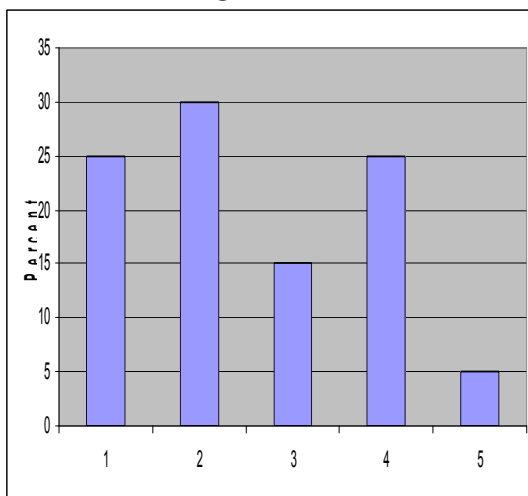
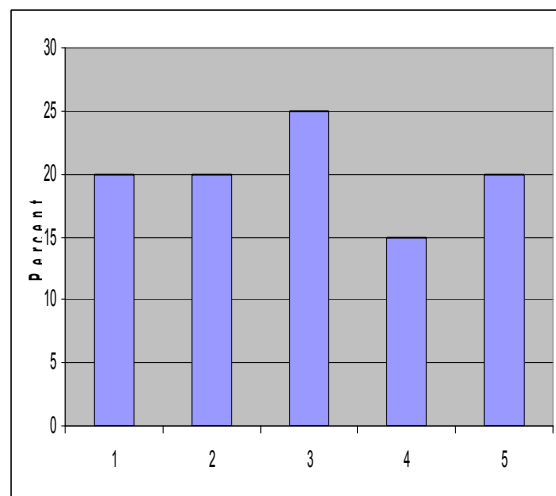


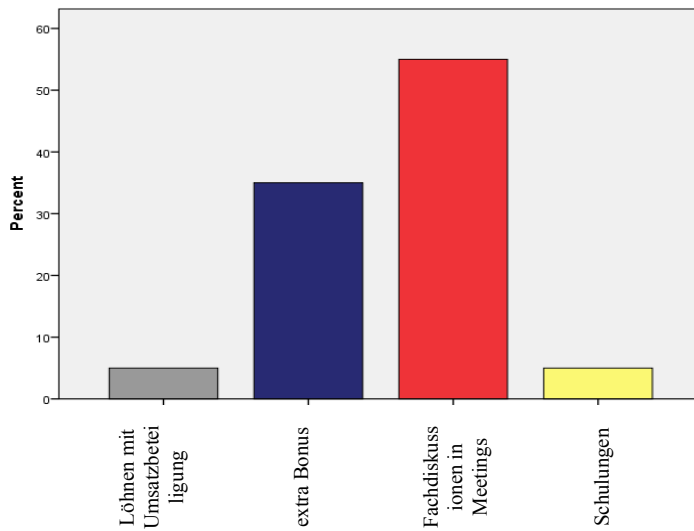
Diagramm 13: Geschenke für die Gäste



5.3.3 Verkaufsförderung mit Motivierung der Servicemitarbeiter

Die nächste Frage hat mit der Art der Motivierung des Servicepersonals zu tun (Diagramm 14). Die Mehrzahl gibt an, es wird mit „Meetings“ (55%) und mit „extra Bonus“ (35%) erreicht. Von „Löhnen mit Umsatzbeteiligung“ (5%) und „Schulungen in Verkaufstechniken“ (5%) halten sie offensichtlich nicht vieles.

Diagramm 14: Motivierung des Servicepersonals



Danach bewerten die Befragten die Handlungen die mit der Motivation des Service-Personals (Diagramm 15) zu tun haben. Die Motivation mit „Umsatzbeteiligung“ wird bei 50% sehr wichtig, 20% wichtig und 30% als überhaupt nicht nötig beurteilt.

In Bezug auf die Technik des „Bonus“, beobachten wir, dass als 25% sehr wichtig, 50% wichtig und 25% als überhaupt nicht nötig beurteilt wird (Diagramm 16).

Diagramm 15: Umsatzbeteiligung

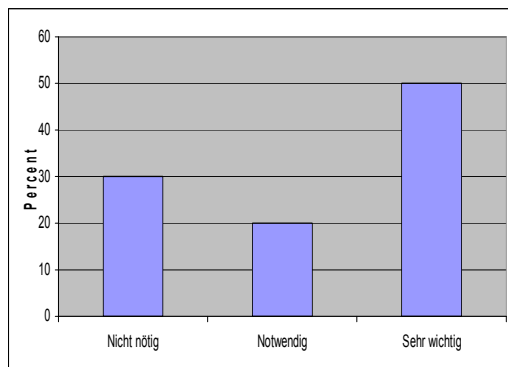
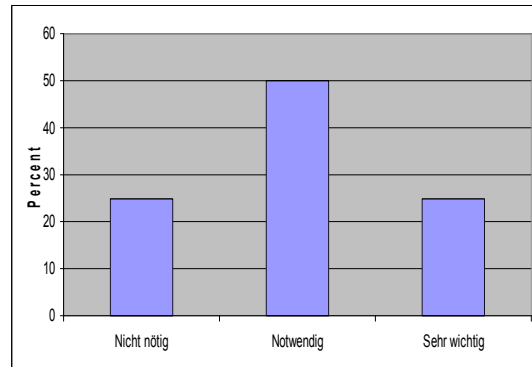


Diagramm 16: Bonus



Die Methode der „Fachdiskussionen in Meetings“ wirkt insgesamt sehr positiv mit 45% als sehr wichtig und 55% als notwendig (Diagramm 17).

Schließlich, das „Verkaufstraining“ wird mit 35% sehr wichtig, 55% notwendig und 10% als nicht signifikant (Abbildung 18) gehalten.

Diagramm 17: Fachdiskussionen in Meetings

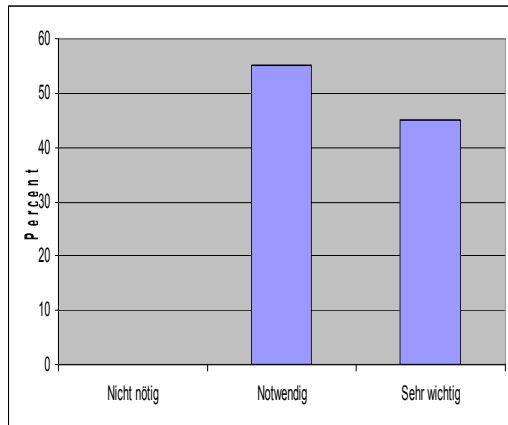
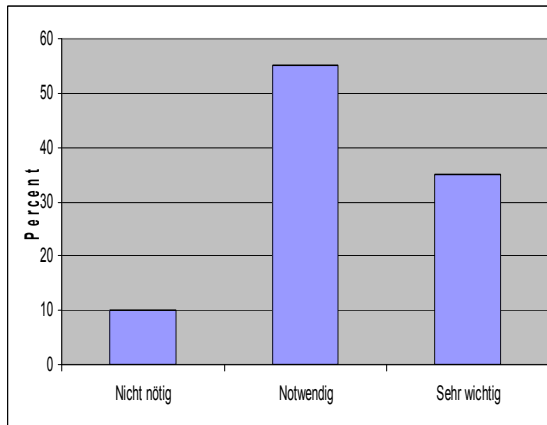


Diagramm 18: Verkaufstraining



5.3.4 Persönlicher Verkauf des Servicepersonals

Die Anzahl sowie die fachspezifische Ausbildung des Servicepersonals sind entscheidend für eine prompte und qualitative Bedienung der Gäste. Fast 42% des gesamten Personals ist im Servicebereich tätig, ein sehr gutes Verhältnis (Diagramm 19).

Im Diagramm 20 werden die Mittelwerte der Berufserfahrung in Jahren des Servicepersonals dargestellt. 35% der Befragten berichteten, dass ihre Mitarbeiter eine durchschnittliche Berufserfahrung von weniger als 6,5 Jahren haben. Und 65% haben zwischen 7,5 Jahre und 18. Der größte Wert liegt mit 9 Jahren bei 15%.

Diagramm 19: Gesamtes- und Servicepersonal

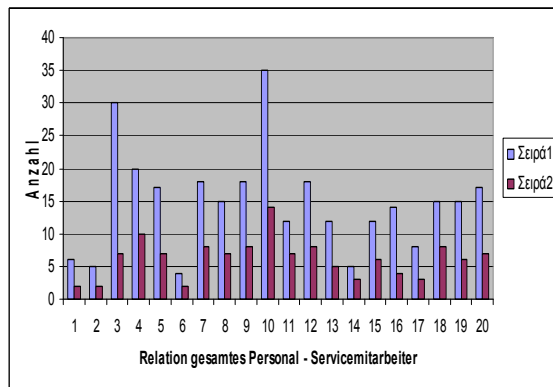
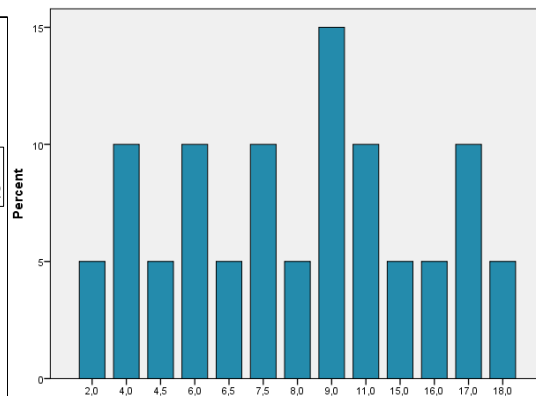


Diagramm 20: Berufserfahrung



Fortführend haben wir das Diagramm 21, das die durchschnittliche Dauer der Beschäftigung in Jahre des Servicepersonals im Betrieb zeigt. 65% der Befragten berichteten, dass die Mitarbeiter des Unternehmens mindestens 6 Jahren und 35% mehr von 8 Jahren bis 16 Jahren dabei sind. Der größte Wert mit 2,3,6 Jahre liegt bei 20%, 15% bzw. 15%. Dann wurden die Befragten gebeten, bestimmte Qualifikationen fürs Servicepersonal zu bewerten. Die „fachspezifische Ausbildung“ wird als sehr wichtig mit 45% gehalten. Außerdem ist fürs 40 % erforderlich und für die restlichen 15% überhaupt nicht notwendig (Diagramm 22).

Diagramm 21: Dauer der Beschäftigung

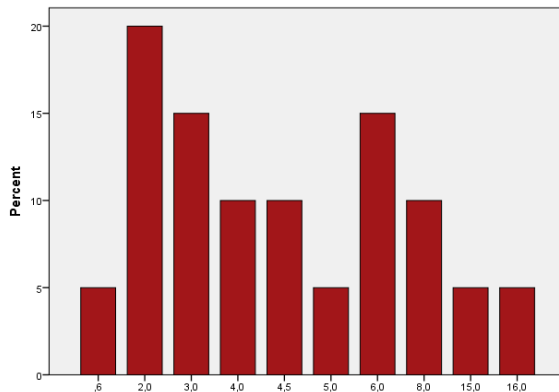
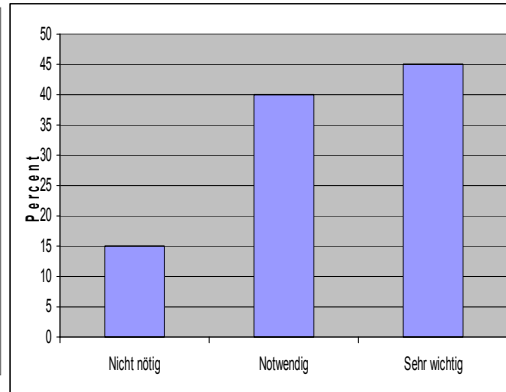


Diagramm 22: Fachspezifische Ausbildung



Die „Berufserfahrung“ wird von 25% als sehr wichtig und 60% als notwendig bezeichnet, während die restlichen 15% sagen, dass sie nicht notwendig ist (Diagramm 23).

Die „Beschäftigungsdauer im Betrieb“ wird von den 55 % als sehr wichtig gehalten. Außerdem gibt es einen Satz von 40% das es für erforderlich hält. Schließlich sagten die restlichen 5% es sei überhaupt nicht notwendig (Diagramm 24).

Ein sehr wichtiger Faktor ist das „Auftreten des Servicepersonals“. Wir beobachten, dass 55% der Befragten diesen Faktor als sehr wichtig charakterisiert. Wir sehen auch, dass es 35% als notwendig, während 10% als überhaupt nicht notwendig hält (Diagramm 25).

Abschließend wird die Kommunikationsfähigkeit des Servicepersonals bewertet. 65% der Befragten sind der Ansicht, sie sei ein besonders wichtiger Faktor, während die restlichen 35% kennzeichnen es als notwendig.

Diagramm 23: Berufserfahrung

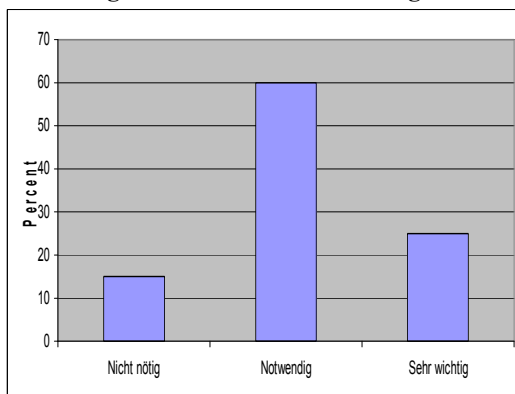


Diagramm 24: Beschäftigungsdauer im Betrieb

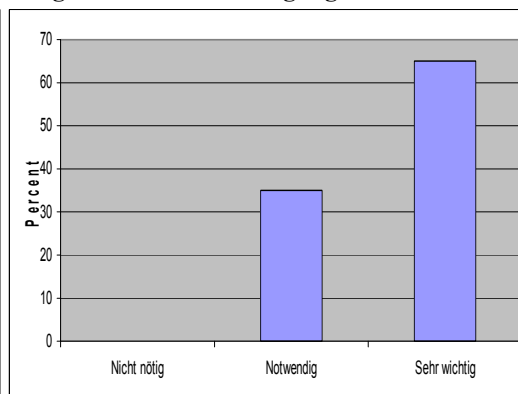
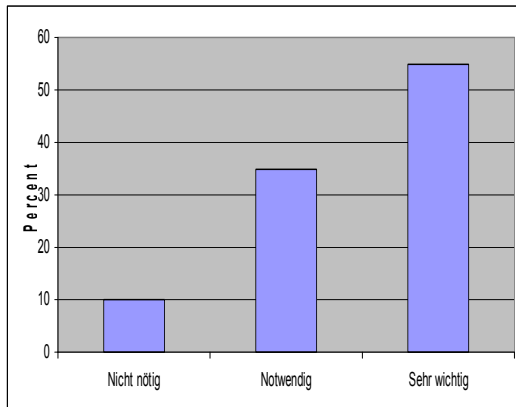
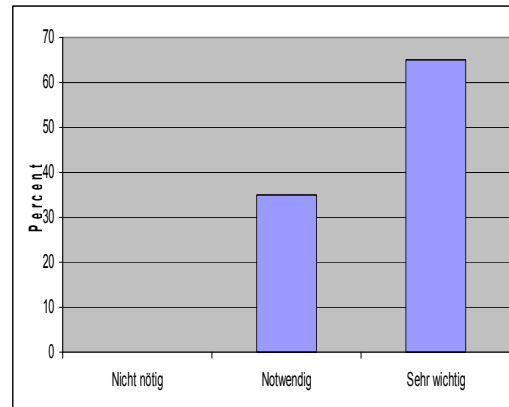


Diagramm 25: Auftreten des Servicepersonals**Diagramm 26: Kommunikationsfähigkeit**

6. Schlussfolgerungen

Die Restaurants, die in dieser Studie untersucht wurden, sind kleine und mittlere Unternehmen mit einer Kapazität von 25 bis 220 Sitzplätzen und beschäftigen von 4 bis 35 Mitarbeiter (s. Diagramm 1,2) Die Personen, die die Fragebogen ausfüllten, sind in großer Mehrheit die Eigentümer und die Geschäftsführer. Fast alle haben eine Hochschulausbildung und viele von ihnen Masterdiplom. Bemerkenswerter Teil von ihnen (20%) verfügt über touristische Ausbildung. Sehr wichtig ist sicherlich auch, dass sie über umfangreiche Berufserfahrung in der Branche verfügen, die ihre Ansichten zu den Fragen der Forschung gültiger und zuverlässiger machen.

So erkennen sie leicht die Nützlichkeit und Anwendbarkeit von Marketing in der Gastronomie. Darum haben 2/3 der Unternehmen einen Marketing-Plan bereit, der in 45% der Fälle vom Unternehmen selbst entwickelt wurde und 20% der Unternehmen Spezialisten außerhalb der Firma damit beauftragte.

Sehr hoch ist auch der prozentuale Anteil von ihnen (77%), die ans Nutzen einer guten Kommunikationspolitik für ihr Restaurant glauben. Darum wenden sie mehrere von den bekannten verfügbaren Werbeträger an. Erwartungsgemäß erheben sich die „Werbung durch Mundpropaganda“ (100%) und die „Verwendung von neuen Technologien“ (90%) (s. Tab. 3), da sie sehr effektiv sind, gemäß ihren Aussagen (s. Tab. 5). Sehr hoch in ihrer Vorzugsliste sind die traditionelle Werbeträger, „Fachzeitschriften“ (50%), „allgemeine Zeitschriften“ (55%) sowie „Zeitungen“ aus dem gleichen Grund. Es machen jedoch Eindruck die hohe Raten, wo es über diese Mittel geklärt wird, dass sie nicht notwendig (40%, 40% und 40%). Die restliche Mittel finden von wenig bis gar keine Anwendung, da einige sind unwirksam und einige weil zusätzliche ihrer Meinung nach nicht notwendig sind. Markantes Beispiel ist das Kino, das all die negativen Eigenschaften hat. Gemäß dem obigen, wurde mit den Werbemittel eine Effizienzliste aufgestellt (s. Tab. 6), die allerdings ihre Entscheidungen (der Geschäftsführenden) und ihr Wissen über die Möglichkeiten der Werbemittel bestätigt. Das Fernsehen und das Radio sind sehr effektive, aber teure Medien, und können durch andere, billigere ersetzt werden. Allerdings, 20% benutzt der Radio.

Für die Verkaufsförderung im Restaurant scheinen sie auf die „Extra“ Speisenmenge“ Vertrauen zu haben (75%) gefolgt von den „Rabattmenü Angebote“(50%), was bedeutet, dass sie eine positive Meinung über diese Methoden haben. Es werden natürlich auch die

„Gebrauchsgegenstände mit Hauseigenem Aufdruck“, die „Geschenke für die Gäste“, die „Weinausstellung (Vitrine)“ und die „Speisekarte und Tageskarte am Eingang“ eingesetzt, aber nicht so umfangreich wie man erwartete wegen ihrer Effektivität. Ganz verbannt von ihrer Vorzugsliste sind die „Speisekarte zum Mitnehmen“, die „Gutscheine“, die „Buffets“ und der „Außer-Haus-Verkauf“. Analog verläuft auch ihre Bewertung über jede einzelne Aktion.

Die Motivation der Mitarbeiter wird in erster Linie mit „Servicebesprechungen in Meetings“ (55% und „Bonuszahlungen“ (35%) (s. Diagramm 12) erreicht, welche als sehr positiv evaluiert werden. Sehr positiv werden ebenfalls die „Schulungen“ ausgewertet, die aber nur von den 5 % der Restaurants verwendet werden, genauso wie der „Lohn mit Umsatzbeteiligung“. Letzte zwei sind im Missverhältnis zwischen dem, was sie glauben und das was sie umsetzen.

Was den persönlichen Verkauf der Servicemitarbeiter betrifft, wird die „Berufserfahrung“ genauso wie die „fachspezifische Ausbildung“ als notwendig (60%) gehalten und scheint eine sehr wichtige Rolle zu spielen, denn wir sehen, dass Mitarbeiter mit umfangreicher Erfahrung beschäftigt sind (7,5 bis 18 Jahre, 65%). Wir können also daraus schließen, dass obige beide Eigenschaften die Schlüsselkriterien für die Einstellungen von Arbeitkräften in der Gastronomie darstellen. Großer Wert wird aber auch auf die „Dauer der Beschäftigung im Betrieb“, die als sehr wichtig gehalten wird. Dementsprechend wird lange Betriebszugehörigkeit in ihnen beobachtet (von 8 bis 16 Jahre, 35%). Für die überwiegende Mehrheit schließlich stellt das „Auftreten des Servicepersonals“ einen wichtiger Faktor dar, sowie auch die kommunikativen Fähigkeiten über die es verfügen sollte. Die Anzahl sowie die fachspezifische Ausbildung des Servicepersonals sind entscheidend für eine prompte und qualitative Bedienung der Gäste. Beides stimmt in unserem Fall. Fast 42% des gesamten Personals ist im Servicebereich tätig, und mehr als 80% davon ist fachspezifisch ausgebildet.

Fazit. Rekapitulierend, können wir festhalten, dass:

- Die Restaurantmanager legen auf die Kommunikationspolitik großen Wert und bemühen sie sich um ihre Anwendung.
- Die effektivste Form der Werbung im Restaurant ist „von Mund zu Mund“ und ist weit verbreitet.
- Die neuen Medien dominieren gegenüber den traditionellen Werbungsmedien, die allmählich zurücktreten. Es wäre sehr nützlich, wenn eine gründliche Untersuchung über die neuen Medien in der griechischen Gastronomie stattfinden würde.
- Die Verkaufsförderung im Restaurant wird hauptsächlich mit „Extra“ Speisemenge“ und „Rabattmenü Angebote“ praktiziert. Die sonstigen Methoden werden nicht so oft wie erwartet verwendet, und somit werden einige gute Gelegenheiten für weitere und bessere Verkaufsförderung verpasst.
- Die Motivierung der Servicemitarbeiter wird nur durch „Servicebesprechungen in Meetings“ und „Bonuszahlungen“ realisiert. Wichtige Instrumente, wie „Weiterbildung“ und „Löhne mit Umsatzbeteiligung“ werden außer Acht gelassen.
- Fachspezifische Ausbildung, Berufserfahrung, positives Auftreten und kommunikative Fähigkeiten der Servicemitarbeiter sind schließlich sehr wichtige Faktoren für den erfolgreichen persönlichen Verkauf in Restaurants.
-

7. Literaturverzeichnis

- Armstrong G. & Kotler P., (2009). *Marketing, an Introduction*, Pearson Education.
- Blythe J., (1998). *Essentials of Marketing*, Pearson Education Limited.
- Benetatos et al, (2004). *Marketing Management für Tourismus*, Hellin Verlag, Athen.
- Gabler Wirtschafts-Lexikon, (1993), Wiesbaden.
- Groutas G., & Nikolaidis Ch., (2000). *Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung im Tourismus*, Hellenik Fernuniversität, Patras.
- Holloway C., & Robinson C., (2003). *Marketing for Tourism*, Klidarithmos Verlag, Athen.
- Igoumenakis N., (1997). *Tourism Marketing*, Interbooks Verlag, Athen.
- Kaub, E., (1996). *Erfolg mit Flexibilität: kreative Gastronomie-Konzepte systematisch entwickeln*, Frankfurt am Main.
- Keller G., (2009). *Managerial Statistics, Eighth Edition*, South-Western, Cengage Learning.
- Kotler P., (2000). *Marketing Management: analysis, planning, implementation and control*, Prentice – Hall, Eaglewood Cliffs, NJ.
- Kreilkamp, E. (1987). *Strategisches Management und Marketing: Markt- und Wettbewerbsanalyse, Strateg. Frühaufklärung, Portfoliomanagement*, Berlin.
- Meffert, H. (1997). *Dienstleistungsmarketing: Grundlagen-Konzepte-Methoden; mit Fallbeispielen*, Wiesbaden.
- Meyer, J. (1997). *Erfolgsfaktoren in der Gastronomie*, Berlin.
- Middleton V.T.C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth –Heinemann, Oxford.
- Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H. (1988). *Marketing*, Berlin.
- Parasuraman und Zeithaml, (1992). *Qualitätsservice*, Frankfurt am Main.
- Schätzing, E. (1985). *Food-Management, Beverage-Management, Bankette: Handbuch Food und Beverage Management*, Frankfurt am Main.
- Weis, H.C. (1985). *Marketing*, Ludwigshafen.

Andere Quellen

Bewertungsführer von Restaurants and Tavernen in Athen und Piräus. Sonderausgabe „der Sonntags – Eleftherotypia“ (Sonntagszeitung). 14-03-2012.

ZEITSCHRIFT FÜR DIE REGIONALE WISSENSCHAFT-ANFRAGE

Anweisungen für die Autoren

Überprüfungs-Prozess

Jeder Artikel wird von zwei Mitgliedern des redaktionellen Berichtbrettes begutachtet. Eine Empfehlung wird dann vom Hauptherausgeber gebildet. Die endgültige Entscheidung wird vom Hauptherausgeber getroffen. Wenn eine Neuausgabe empfohlen wird, wird das korrigierte Papier für eine endgültige Zustimmung bis einen der Herausgeber geschickt. Das Journal hebt das Copyright über dem ganzen Material auf, das darin veröffentlicht wird. Jedoch können die Autoren ihre Arbeit nach Publikation ohne vorherige Erlaubnis persönlich anderwohin benutzen, vorausgesetzt dass Bestätigung zum Journal sowie Mitteilung für solch eine Tätigkeit gegeben wird. Alle mögliche Meinungen, die im Journal ausgedrückt werden, sind die Ansichten der Autoren und nicht die Ansichten des Journals. Die Erlaubnis zu erreichen, jedes mögliche Material zu reproduzieren, das durch dritte Halter und das Recht, es zu verwenden urheberrechtlich geschützt ist, ist die Verantwortlichkeit der Autoren.

Art und Format des Papiers

Damit ein Papier beim der Zeitschrift für die regionale Wissenschaft Anfrage für Publikation eingereicht werden kann, die folgenden sollte in Erwägung gezogen werden:

1. Alle eingereichten Artikel sollten über die ursprüngliche Arbeit berichten, vorher unveröffentlicht und nicht berücksichtigt für Publikation anderwohin und sie seien Sie ausgesetzt Bericht und das Redigieren.
2. Artikel sollten auf gutes technisches Englisch mit einer Länge zwischen 6.500-8.000 Wörtern normalerweise sein, während alle weiteren Texte 2.500 Wörter, nicht abgesehen von den Hinweisen, den Tabellen und den Abbildungen übersteigen sollten.
3. Die erste Seite der Manuskripte sollte den Artikeltitle, den Namen und die Verbindung den Autoren mit genügenden Kontaktdetails enthalten (der entsprechende Autor sollte richtig hier identifiziert werden).
4. Artikel sollten einen Satz Schlüsselwörter haben (bis zu 7) und ein Auszug (unter 250 Wörtern, ohne Hinweise), folgte von der Einleitung, die Methodenlehre und die Daten, die Resultate, die Diskussion, die Zusammenfassungen und die Hinweise.
5. Manuskripte sollten eingereicht werden in einem einzelne elektronische Kartei, eine MS Word-Akte, zur registrierten elektronischen Adresse der Herausgeber. Es ist auch, nur zu den

Berichtzwecken, das Manuskript als pdf-Akte (möglich oder anderes Ähnliches Format) einzureichen. Die Bücher für Bericht werden in zwei

Kopien zum Sitz des Journals geschickt.

6. Manuskripte sollten mit Seitenrändern 2.5 cm x 2.5cm getippt werden auf Papier der Größe A4. Seitenränder sollten auf allen Seiten gleich bleibend sein.

7. Alle Seiten sollten nacheinander nummeriert werden.

8. Titel und Untertitel sollten kurz sein.

9. Der Text sollte in Times New Roman, Größe 11pt, Normal eingestellt werden, in einem Einspalten. Texte, die nicht mit der spezifizierten Anordnung übereinstimmen, werden zu den Autoren für korrekte Justage zurückgebracht.

10. Tabellen und Abbildungen sollten

betitelt werden, nacheinander nummeriert worden, eingebettet im Manuskript in einer einzelnen elektronischen Kartei, richtig zitiert und in den Haupttext gelegt. Tabellen werden separat von den Abbildungen nummeriert. Wenn Sie ursprüngliche Zeichnungen oder Fotos haben, müssen Sie sie scannen und sie in der Akte als oben einbetten. Tabellen und Abbildungen sollten nicht auf der Öffnungsseite (erste Seite) oder nach den Hinweisen erscheinen und müssen innerhalb der Blattränder passen.

11. Farbentexte oder -abbildungen warden für online veröffentlichen angenommen; jedoch Hardcopies sollten Schwarzweiss nur sein.

12. Fußnoten sollten zu einem Minimum gehalten werden, nacheinander nummeriert worden während des Textes mit Hochzeichen und sollten an der Unterseite jeder Seite erscheinen.

13. Autoren werden angeregt, eine kurze Literaturübersicht einzuschließen. Hinweise auf erschienener Literatur innerhalb des Textes sollten durch den Namen des Autors zitiert werden, der von der fortlaufenden Nummer in der eckigen Klammer gefolgt wird und sollten dargestellt werden in einer numerischen Liste am Ende des Textes.

14. Volle Hinweise sollten gegeben werden in der folgenden Form: Autoren (Name und Initialen), 'Titel Artikel', im Titel Buch oder Titel Journal oder Titel und Ort der Konferenz, Herausgeber (Name und Initialen), Volumen (Vol.) Nr/Issue Nr, Ort der Publikation, Verleger, Jahr, Seiten (S.)