

**Der georgische Tourismus zwischen COVID-19-Pandemie und
„Overtourism“**

Eine Analyse der Pandemieauswirkungen am Beispiel der Region Svaneti

Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades

Dr. rer. nat.

vorgelegt dem naturwissenschaftlichen Prüfungsamt der Justus-Liebig-
Universität Gießen

FB 07 - Mathematik und Informatik, Physik, Geographie

von Sascha Valentin, M.Sc.



Gießen, 2024

*Für Rainer, Heike, Marcel, Maral, Saskia und Sandy (R.I.P.) ohne euch wäre
das nichts geworden.*

*Meinen Dank an Andreas und Prof. J.-B. Haversath für die
außergewöhnliche Betreuung und nicht zuletzt an Nana, Goga, Beso, Tamar
und alle anderen aus dem Vakhushti Bagrationi Institute of Geography der
Tbilisi State University*

ასე რომ, გულის გულისთვის ისევ მთაწმინდაზე
ვნახავ მზის ამოსვლას.

- So, for the sake of my heart, I will see the sunrise over Mtatsminda again -

Sascha Valentin, 2022

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis.....	VII
Zusammenfassung.....	VIII
Abstract.....	IX
აბსტრაქტი.....	X
1. Vorwort.....	1
2. Einleitung	4
2.1. Georgien – Land zwischen den Kontinenten	4
2.2. Georgische Landeskunde	6
2.3. Tourismus in Georgien, ist das wirklich so wichtig?.....	11
3. Methodik.....	13
3.1. Leitfadengestütztes Experteninterview.....	15
3.1.1. Interviewprozess.....	17
3.1.2. Auswertung	19
3.2. Rezeptives Interview und das ero-epische Gespräch	19
3.2.1. Das rezeptive Interview.....	20
3.2.2. Das ero-epische Gespräch.....	21
3.2.3. Das rezeptive ero-epische Gespräch	21
3.3. Befragung mit standardisiertem Fragebogen	22
3.3.1. Der Ausfüllprozess.....	23
3.3.2. Fragebogenkonstruktion.....	23
3.3.3. Stichprobengröße und -art.....	26
3.3.4. Pretest.....	30

3.3.5.	Praktische Durchführung der Befragung.....	31
3.4.	Teilnehmende Beobachtung.....	33
3.4.1.	Warum eigentlich teilnehmende Beobachtung?.....	36
3.4.2.	Die teilnehmende Beobachtung.....	38
3.4.3.	Anwendung der teilnehmenden Beobachtung und Verlauf in der Praxis...	41
4.	COVID-19 in Georgien	44
4.1.	Tourismusboom und Pandemie: COVID-19 als Bremsklotz für Georgiens Tourismus? Lokale Auswirkungen der Pandemie am Beispiel von Svaneti.....	44
4.2.	Tourismus oder Overtourism? – Wie COVID-19 Georgien veränderte.....	82
4.2.1.	Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Georgien	87
4.2.2.	Wie viele und wenn ja woher?	91
4.2.3.	Wie lange bleiben Sie und wo wollen Sie denn hin?	98
4.2.4.	Was beabsichtigen Sie in Georgien zu machen?	105
4.2.5.	Was nehmen wir mit?	110
5.	Geoparks in Georgien	111
6.	Fazit.....	137
7.	Anhang.....	143
7.1.	Interview Mestia	143
7.2.	Ero-episches Gespräch Freilichtmuseum Tbilisi	148
7.3.	Interviewfragebogen.....	152
7.4.	Gesamtauswertung Umfrage.....	160
8.	Literaturverzeichnis.....	210
8.1.	Monographien	210
8.2.	Zeitschriften.....	215
8.3.	Graue Literatur	216
8.4.	Internetquellen	216
8.5.	Gesetze	221

Abkürzungsverzeichnis

APA	Agency for Protected Areas (Georgia)
AR	Autonome Republik
d.h.	das heißt
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EU	Europäische Union
GEL	Georgischer Lari
GIZ	Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit
GNTA	Georgian National Tourism Administration
IUCN	International Union for the Conservation of Nature
MFI	Microfinance institution
QR-Code	Quick Response Code
RLKS	Racha-Lechkumi Kvemo-Svaneti
s.	siehe
sog.	sogenannt(e)
SZS	Samegrelo- Zemo Svaneti
TSU	Tbilisi State University
UGG	UNESCO Global Geoparks
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation

Hinweis: Für georgische Ortsnamen wird ausnahmslos die aus dem Georgischen transliterierten englische Schreibweise verwendet. Die deutsche Schreibweise (z.B. Bordschomi anstatt Borjomi) findet keine Anwendung.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Doppelspitze des Berges Ushba (ganz links) thront über Mestia in Svaneti	1
Abbildung 2: Die sog. "Katskhi-Säule" in der Ortschaft Katskhi, Imereti unweit von Chiatura.....	7
Abbildung 3: Der Kazbek hinter der Kulisse Gergetis.....	9
Abbildung 4: Fragencluster mit Kernfragen der Arbeit	12
Abbildung 5: Schema der verwendeten Befragungsmethode.....	15
Abbildung 6: Fragenkategorien und Fragenanzahl für das Interview in Mestia.....	18
Abbildung 7: Fragengliederung des Erhebungsfragebogens.....	24
Abbildung 8: Verteilung der Fragetypen in der finalen Umfrage	24
Abbildung 9: Der Interviewtrichter	25
Abbildung 10: Formel zur Berechnung der minimalen Stichprobengröße.	27
Abbildung 11: Übersichtskarte Svaneti mit allen Gemeinden und angrenzenden Regionen	28
Abbildung 12: Entscheidungsbaum zur Wahl des Verfahrens zur Ziehung von Stichproben	29
Abbildung 13: Überprüfungsfragen zum Pretest.....	30
Abbildung 14: Stelle, an welcher der Befragungsstand aufgebaut wurde	31
Abbildung 15: Mockup des Banners zur Akquise von potenziellen Befragungskandidaten	33
Abbildung 16: Karte des Seti Platzes in Mestia, Svaneti mit dem Standort des Befragungsstandes.....	34
Abbildung 17: Karte der besuchten Orte im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung.....	37
Abbildung 18: Der Ablauf und die Faktoren einer sozialen Situation	40
Abbildung 19: Verhältnis von Distanz zu Identifikation mit dem Untersuchungsobjekt.....	41
Abbildung 20: Personenerfassungsbogen.....	43
Abbildung 21: Die Teilnehmende Beobachtung in 3 Phasen.....	44
Abbildung 22: Übersichtskarte von Mestia	45
Abbildung 23: Mestia - Ansicht von Osten.....	46
Abbildung 24: Mestia - Blick auf das Ortszentrum.....	46
Abbildung 25: Diagramm zu Altersgruppen der Teilnehmer der Befragung	48
Abbildung 26: Diagramm zu Altersgruppen der Teilnehmer der Befragung	48
Abbildung 27: Höchste Bildungsabschlüsse der befragten Personen nach Altersgruppen	49
Abbildung 28: Höchste Bildungsabschlüsse der befragten Personen nach Geschlecht.....	49
Abbildung 29: Die Beschäftigungssituation der befragten Personen nach Geschlecht.....	50
Abbildung 30: Privates Mashrutka (Bildmitte) in Mestia	52
Abbildung 31: Innergeorgische Herkunft der befragten Personen nach Geschlecht	53
Abbildung 32: Herkunftsorte der befragten Personen.....	54
Abbildung 33: Bevölkerungsentwicklung Distrikt Mestia 2015–2023	55
Abbildung 34: Bevölkerungsentwicklung Distrikt Mestia 2015-2023.....	55
Abbildung 35: Anzahl der befragten Personen, die ein Training im Tourismusbereich absolviert haben	57
Abbildung 36: Auswertungsmatrix für Tourismusbereiche.....	58
Abbildung 37: Beschäftigungsdauer der befragten Personen im Tourismus.....	60
Abbildung 38: Befragte Personen, die Ihren Arbeitsplatz/Einkommen aufgrund verloren	60
Abbildung 39: Prozentsatz des durchschnittlichen monatlichen Einkommens	61
Abbildung 40: Anteil der Befragten die zusätzliches Einkommen aus dem Tourismus generieren	62

Abbildung 41: Anteil des zusätzlichen Einkommens der Befragten aus touristischen Aktivitäten.....	62
Abbildung 42: Höhe des durchschnittlichen monatlichen Einkommens der befragten Personen	62
Abbildung 43: Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Immobilien	64
Abbildung 44: Rustikale Gaststätte zwischen Mestia und Ushguli.....	65
Abbildung 45: Renovierung eines touristisch genutzten Komplexes am Seti-Platz in Mestia	65
Abbildung 46: Berechnungsbeispiel für einen "Mortgage Loan".....	66
Abbildung 47: Berechnungsbeispiel für einen "Mortgage Loan".....	66
Abbildung 48: Beispiel für einen Beherbergungsbetrieb.....	67
Abbildung 49: Leitzinssätze der georgischen Nationalbank vom 2013 -2023.....	68
Abbildung 50: Rege Renovierungs- und Bautätigkeiten in Mestia.....	68
Abbildung 51: Flughafen ‚Queen Tamar‘ Mestia, wichtigster Verkehrsflughafen Svanetis.....	69
Abbildung 52: Entwicklung georgischer Kraftstoffpreise von 2012 – 2023.....	71
Abbildung 53: Teil 1 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge.....	72
Abbildung 54: Teil 2 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge.....	73
Abbildung 55: Teil 3 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge.....	74
Abbildung 56: Einzelne Ladesäule für Elektrofahrzeuge in Tbilisi am Zurab-Zhvania-Platz.....	75
Abbildung 57: Teil 1 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien.....	78
Abbildung 58: Teil 2 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien.....	79
Abbildung 59: Teil 3 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien.....	80
Abbildung 60: Teil 4 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien.....	81
Abbildung 61: Vorhandene Tourismusarten in Georgien	87
Abbildung 62: Anteil des Tourismus am georgischen BIP 2015-2023.....	88
Abbildung 63: Georgische Bruttowertschöpfung der Tourismusbranche 2015-2021	88
Abbildung 64: Ausgaben der internationalen touristischen Besucher in Georgien 2015-2023.....	89
Abbildung 65: Internationale Touristen in Georgien 2011-2023	91
Abbildung 66: Internationale Touristen (Übernachtungsgäste)	91
Abbildung 67: Internationale Touristen (Tagesgäste) in Georgien von 2011-2023	92
Abbildung 68: Bahnsteig am Bahnhof in Zugdidi mit Expresszug nach Tbilisi.....	92
Abbildung 69: Arten der Grenzüberschreitungen internationaler touristischer Besucher nach Georgien	93
Abbildung 70: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2015-2017	95
Abbildung 71: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2018-2020.....	96
Abbildung 72: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2021-2023.....	97
Abbildung 73: Übernachtungen internationaler touristischer Besucher innerhalb Georgiens	99
Abbildung 74: Durchschnittliche Übernachtungsdauer internationaler touristischer Besucher.....	99
Abbildung 75: Meistgenutzte Beherbergungsbetriebe für Übernachtungen.....	101
Abbildung 76: Durch internationale touristische Besucher, besuchte Regionen innerhalb Georgiens.....	102
Abbildung 77: Effektive internationale touristische Gesamtbesucher der Regionen	103
Abbildung 78: Effektive internationale touristische Gesamtbesucher von Mestia und Tbilisi.....	104
Abbildung 79: Anteil der durchgeführten Aktivitäten der internationalen touristischen Besucher	105
Abbildung 80: Der georgische Wein.....	106
Abbildung 81: Hauptreisezweck der internationalen touristischen Besucher in Georgien	107

Abbildung 82: Titelseite einer Publikation der GIZ zum Thema Deutsches Erbe im Südkaukasus.....	109
Abbildung 83: Frage nach der Bekanntheit des Geoparkkonzeptes	111
Abbildung 84: Frage nach der Bekanntheit des Geoparkkonzeptes	112
Abbildung 85: Abfrage ob die Befragten einen Geopark in Georgien für eine gute Idee halten	116
Abbildung 86: Abfrage ob die Befragten einen Geopark in Georgien für eine gute Idee halten	116
Abbildung 87: Werbebroschüre für einen fiktionalen Geopark im Südosten Georgiens	117
Abbildung 88: Frage nach der Verwaltungsstruktur eines möglichen Geoparks	118
Abbildung 89: Frage nach der Verwaltungsstruktur eines möglichen Geoparks	118
Abbildung 90: Frage nach den Meinungen für grenzüberschreitende Geoparks im Südkaukasus	122
Abbildung 91: Frage nach den Vorlieben für grenzüberschreitende Geoparks im Südkaukasus	123
Abbildung 92: Auswertungsmatrix der Antworten, der Befragten zu den emotionalen Fragen	128
Abbildung 93: 1. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	131
Abbildung 94: 2. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	132
Abbildung 95: 3. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	133
Abbildung 96: 4. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	134
Abbildung 97: 5. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	135
Abbildung 98: 6. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen.....	136
Abbildung 99: Fragecluster mit Kernfragen der Arbeit, modifiziert nach Ergebnis.....	137
Abbildung 100: Blick von Mestia in Richtung Osten - Der erste Geopark auf georgischem Boden?.....	140
Abbildung 101: Fragebogen-Seite 1	152
Abbildung 102: Fragebogen-Seite 2	153
Abbildung 103: Fragebogen-Seite 3	154
Abbildung 104: Fragebogen-Seite 4	155
Abbildung 105: Fragebogen-Seite 5	156
Abbildung 106: Fragebogen-Seite 6	157
Abbildung 107: Fragebogen-Seite 7	158
Abbildung 108: Fragebogen-Seite 8	159

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mixed-Methods im Vergleich zu Quantitativen und Qualitativen Methoden	14
Tabelle 2: Alters- und Geschlechtsverteilung der Befragung	47
Tabelle 3: Verteilung der Aufenthaltsgründe von nicht-svanetischen befragten Personen	53
Tabelle 4: Top-3 der Ausgaben touristischer Besucher 2019, 2022, 2023	90
Tabelle 5: Passagierzahlen an georgischen Flughäfen 2012-2023.....	102
Tabelle 6:Matrix zur Machbarkeit von Geoparks im Südkaukasus.....	121
Tabelle 7:Abgefragte emotional konnotierte Begriffe in Oberkategorien sortiert	125
Tabelle 8: Aufbereitete Antworten aus dem Interview mit dem Bürgermeister von Mestia	147
Tabelle 9: Auswertungstabelle des Gesprächs mit dem Mitarbeiter des Freilichtmuseums Tbilisi.....	151
Tabelle 10:Auswertungsbogen der Befragung, mit Freitextantworten ohne Prozentwerte	209

Zusammenfassung

Die Entwicklung Georgiens zum touristisch attraktiven Reiseland kommt einer Erfolgsgeschichte gleich, wäre nicht die COVID-19-Pandemie mit ihren Tücken und Beschränkungen gewesen. Ein harter Schlag für die georgische Tourismuswirtschaft aber auch die vielen Akteure die in Verbindung mit dem georgischen Tourismus. Das (vorläufige) Ende des touristischen Aufschwungs in der aufstrebenden Destination am Schwarzen Meer schien durch die Pandemie besiegelt. Verhießen doch alle Prognosen ein außerordentliches Wachstum der georgischen Tourismuswirtschaft, doch niemand hatte zu dieser Zeit eine globale Pandemie im Sinn, die über Jahre touristische Aktivitäten weltweit einschränken bzw. verhindern sollte. Insbesondere wurde der Tourismus in Georgien schwer getroffen. In einem Land in dem der Tourismus einen essentiellen Wirtschaftsfaktor ausmacht fallen die Effekte sofort ins Auge. Insbesondere Abseits der Hauptstadt, die mit ihrer modernen touristischen Infrastruktur heraussticht, gibt es auch noch den ländlichen Raum. So auch das gewählte Untersuchungsgebiet Svaneti. Hier sind viele, vor allem private, Tourismusakteure die sich vom Tourismus und dessen Wachstum eine bessere Zukunft versprechen. Sie wurden von der Pandemie überrascht und haben mit den Folgen bis heute zu kämpfen, doch auch in Svaneti gibt es ein Leben nach der Pandemie. Sowohl die georgische Mentalität als auch die Bereitschaft der Touristen tragen dazu bei, dass Georgien (und damit auch Svaneti) seinen Platz unter den Destinationen nicht kampflos aufgibt. Bereits 2022 erholten sich die Besucherzahlen Die Tourismusmaschinerie läuft seitdem erneut auf Hochtouren. Was bleibt, ist die Frage nach dem *Overtourism*. Noch vor der Pandemie ein reales Problem für den georgischen Tourismus – doch jetzt?

Abstract

Georgia's development into an attractive tourist destination would have been a success story had it not been for the COVID-19 pandemic with its pitfalls and restrictions. A hard blow for the Georgian tourism industry, but also for the many players associated with Georgian tourism. The (temporary) end of the tourism boom in the up-and-coming destination on the Black Sea seemed to be sealed by the pandemic. After all, all forecasts predicted extraordinary growth in the Georgian tourism industry, but nobody at the time had a global pandemic in mind that would restrict or prevent tourism activities worldwide for years to come. Tourism in Georgia was hit particularly hard. In a country where tourism is an essential economic factor, the effects are immediately apparent. Particularly away from the capital, which stands out with its modern tourist infrastructure, there are also rural areas. This is also the case in the chosen study area of Svaneti. There are many tourism operators here, especially private ones, who expect a better future from tourism and its growth. They were taken by surprise by the pandemic and are still struggling with the consequences today, but even in Svaneti there is life after the pandemic. Both the Georgian mentality and the willingness of tourists are helping to ensure that Georgia (and therefore Svaneti) does not give up its place among the destinations without a fight. Visitor numbers recovered as early as 2022. The tourism machinery has been running at full speed again since then. What remains is the question of overtourism. A real problem for Georgian tourism before the pandemic – but now?

აბსტრაქტი

საქართველოს მიმზიდველ ტურისტულ ადგილად ჩამოყალიბება წარმატებული ისტორია იქნებოდა, რომ არა COVID-19 პანდემია თავისი ნაკლითა და შეზღუდვებით. მძიმე დარტყმა ქართული ტურისტული ინდუსტრიისთვის, მაგრამ ასევე საქართველოს ტურიზმთან დაკავშირებული მრავალი მოთამაშისთვის. შავი ზღვის მომავალ დანიშნულების ადგილის ტურისტული ბუმის (დროებითი) დასასრული, როგორც ჩანს, დალუქული იყო პანდემიით. ყოველივე ამის შემდეგ, ყველა პროგნოზი პროგნოზირებდა საქართველოს ტურისტული ინდუსტრიის არაჩვეულებრივ ზრდას, მაგრამ იმ დროს არავის ჰქონდა მხედველობაში გლობალური პანდემია, რომელიც შეზღუდავდა ან ხელს შეუშლიდა მსოფლიოს ტურისტულ საქმიანობას მომავალი წლების განმავლობაში. განსაკუთრებით დაზარალდა ტურიზმი საქართველოში. ქვეყანაში, სადაც ტურიზმი არსებითი ეკონომიკური ფაქტორია, ეფექტი მაშინვე აშკარაა. თანამედროვე ტურისტული ინფრასტრუქტურით გამორჩეული დედაქალაქიდან განსაკუთრებით მოშორებით სოფლადაც არის. ასეა სვანეთის არჩეულ საკვლევ ტერიტორიაზეც. აქ ბევრი ტურისტული ოპერატორია, განსაკუთრებით კერძო პირები, რომლებიც ტურიზმისგან და მისი ზრდისგან უკეთეს მომავალს ელიან. ისინი პანდემიამ გააოცა და დღესაც ებრძვიან შედეგებს, მაგრამ სვანეთშიც არის სიცოცხლე პანდემიის შემდეგ. ქართული მენტალიტეტიც და ტურისტების სურვილიც ხელს უწყობს იმას, რომ საქართველომ (და შესაბამისად სვანეთმა) უბრძოლველად არ დათმოს ადგილი მიმართულებებს შორის. ვიზიტორთა რიცხვი უკვე 2022 წელს აღდგა. ტურისტული ტექნიკა მას შემდეგ ისევ მთელი სისწრაფით მუშაობს. რჩება ოვერტურიზმის საკითხი. რეალური პრობლემა ქართული ტურიზმისთვის პანდემიამდე – მაგრამ ახლა?

1. Vorwort

Da wären wir also, der Autor hätte es nicht (mehr) geglaubt, dass Sie geschätzter Leser diese Dissertationsschrift noch in Händen halten würden. Der Weg bis hier war steinig, wie die Hänge des Berges Ushba (უშბა - der „schreckliche Berg“) in Svaneti und doch hat es am Ende funktioniert.



Abbildung 1: Die Doppelspitze des Berges Ushba (ganz links) thront über Mestia in Svaneti (Quelle: Eigenes Foto)

Dazu fällt dem Autor ein kurzes aber sehr sinnstiftendes Zitat von keinem Geringeren als Ilia Chavchavadze (1837-1907), seines Zeichens georgischer Nationaldichter, ein, der die Erfahrung mit dieser Dissertation und dem Land Georgien an sich treffend und universal auf den Punkt bringt, so sagte er: „Es gibt Dinge die kannst du nicht glauben, bevor du sie gesehen hast und es gibt Dinge die du nicht sehen kannst bis du sie glaubst.“ (georgisch „ზოგი საგანია, რომ თუ არ დაინახავ, ვერ ირწმუნებ, და ზოგი – იმისთანა, თუ არ ირწმუნებ, ვერ დაინახავ.“). Das dies alles funktioniert hat, liegt neben einer ganzen Reihe von sehr hilfsbereiten Leuten, vielleicht auch an Georgien selbst. Dem kleinen Land im (Süd-)Kaukasus, dem in dieser Arbeit die Bühne gehört. Wie im Zitat erwähnt, war es

am Anfang beim ersten Besuch des Autors (und ist auch heute noch) schwer zu glauben, dass ein Land wie dieses überhaupt existieren kann. Das Land, das sich auf der Frankfurter Buchmesse 2018 von seiner Sonnenseite zeigte und den Menschen in Europa (und der ganzen Welt) ein Versprechen gab, das Versprechen, sollte man dieses Land kennenlernen oder bereisen wollen, im Nachgang etwas mitzunehmen was ebenso unvergleichlich wie unbeschreiblich ist. Ein wohliges Gefühl der Vertrautheit im Angesicht der unzählbaren Wildnis und immer mit dem Gedanken beseelt wo immer man sich befindet, man sei unter Freunden. Ein Land, das so viele Widersprüche und Ungereimtheiten aber gleichzeitig so viel Ruhe und majestätische Schönheit in sich vereint. Ein Land, das alleine über drei Klimazonen verfügt und dabei nicht größer ist als das Bundesland Bayern. Auch wenn man mit den, nicht nur für Geographen, interessanten Landschaften in erster Linie nicht viel anfangen kann, so verfällt man spätestens dann dem Zauber des Landes am Rande Europas, wenn es um das Thema Wein geht. Etwa 8000 Jahre Weinbaugeschichte und wenigstens 525 verschiedene, einheimische (SALDADZE 2018: 17) und teils kommerziell erfolgreiche Weinsorten, machen das Durchprobieren schon vom Zuhören zu einer Herausforderung. Ein Ort mit großer Spiritualität, rechnerisch findet man auf jedem Quadratkilometer Georgiens drei aktive Klöster, eine anerkennenswerte Leistung bei der kompakten Größe. Dieses Land als Brücke zwischen Ost und West, Orient und Okzident, Europa und Asien bildet einen einzigartigen Mikrokosmos mit wechsellöcheriger Geschichte und vielen, vielen die sich anmaßen über das die zähen Leute am Schwarzen Meer herrschen zu können. Gescheitert sind sie letztlich alle. Auch wenn der Zusammenbruch der UdSSR und das Wiederentdecken der nationalen Souveränität nicht alleine einfach von statten ging, so ist das georgische Volk doch auf einem guten Weg. Die demokratischen Zustände im Land verbessern sich, der Wohlstand steigt und der Tourismus bringt frischen Wind in Regionen die vielleicht nicht so sehr vom „hippen“ Image der Hauptstadt Tbilisi profitieren. Auch wenn die Ereignisse der jüngsten Vergangenheit schwer auf „Sakartvelo“ lasten, so etwa der (vorübergehende) Verlust von 20% der Landfläche durch ausländische militärische Besetzungen, so gilt es doch immer an das Motto der Republik zu glauben „ძალა ერთობაშია“ – „Unsere Stärke liegt in der Einheit“. Der Autor erinnert sich noch gut an seinen ersten Aufenthalt in Georgien und wie er mitten in der Nacht in einem vollkommen überbewerteten Taxi, in einem drittklassigen Hotel irgendwo in der Mitte von Tbilisi abgestiegen ist aber noch nie so froh da zu sein, wo er ist. Der Zauber des Landes und auch der Hauptstadt wirkte von Anfang an und tut es immer noch. Auch wenn die eigene Stimme mit mehr Erfahrung auch kritischer werden,

heißt das nicht das der Autor die Güte und Warmherzigkeit der Leute vergessen hat. Insofern ist es nur richtig und auch wichtig, dass diese Arbeit vollendet wurde und wenn es nur als Dank gilt, für die vielen schönen Jahre die der Autor in Georgien verbringen durfte. Die Erinnerung an hunderte, wenn nicht tausende Kilometer die quer durchs ganze Land in den illustresten Gefährten zurückgelegt wurden, das Essen, dessen Inhalt sich nicht immer auf den ersten Blick erschloss und der Wein, der selten sauer war aber gelegentlich den Kopf schwer machte. Das alles zu verarbeiten fällt nicht leicht, aber es zu missen macht es fast unmöglich. Daher hoffe ich das Ergebnis der vorliegen Arbeit wird den Umständen die zu dessen Erstellung geführt haben gerecht.

„Georgier genießen es zu geben, wie andere Nationen es genießen zu nehmen“

Alexandre Dumas, Le Caucase, 1895

2. Einleitung

Georgien, das kleine Land im südlichen Kaukasus, jahrtausendealte Weinbautradition, die Lage zwischen zwei Kontinenten und gleichzeitig Weltbildern und eine wechselvolle Geschichte zwischen Eroberungen und der Herausbildung der einzigartigen Kultur und des Selbstbewusstseins, welches man heute kennt. Europa oder Asien? Eine Frage, die auch heute noch Diskussionen beflügelt. Ein Land, das erst Anfang des 21. Jahrhunderts langsam Ruhe findet, auch wenn die nationale Souveränität noch immer von außen bedroht ist. Nicht viele Länder hatten eine ähnliche wechselvolle Geschichte von Besatzungen und nationaler Souveränität vom Persischen Reich über die russischen Zaren bis hin zur UdSSR, jeder wollte sich das Land zwischen Schwarzem und Kaspischen Meer einverleiben. Auf Dauer hat es niemand geschafft, was auch dem Charakter der georgischen Menschen geschuldet ist. Stolz und Selbstbewusstsein, aber auch Feingefühl, die sich in Sprache und Poesie widerspiegelt, sowie die Liebe zur Natur und natürlich dem Wein, einem nationalen Kulturschatz, der seines Gleichen sucht. Auch die Gastfreundschaft ist weltberühmt und sicher nicht ganz unschuldig an dem Ruf, der Georgien heute als touristischer Destination anhaftet.

Dieser Tourismus ist es, mit dem sich die vorliegende Arbeit beschäftigen möchte. Zunächst werden in einem allgemeinem Teil Informationen zur georgischen Landeskunde vermitteln, danach steigt man quasi *direkt ins Geschehen* ein, indem man einer Frage nachgeht, die einfach zu stellen ist, aber nicht leicht beantwortet werden kann.

2.1. Georgien – Land zwischen den Kontinenten

Wie bereits im Vorwort angedeutet ist Georgien als Land (im Sinne eines Staates) schon eine spezifische Konstruktion. Egal, wen Sie fragen, mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit wird die Antwort anders ausfallen. Fragen Sie einen Aserbaidshaner, wird dieser Ihnen ohne zu zögern mitteilen, dass die Georgier ja Europäer seien, da Sie westlich Aserbaidshans liegen (und zudem mehrheitlich Christen sind), fragen Sie einen türkischen Zeitgenossen, könnte die Antwort lauten, dass Georgien sich in Asien befindet, weil es östlich der Türkei liegt und nur nach Europa „hereinragt“. Die Georgier hingegen bezeichnen sich selbst gerne als „Balkon Europas“ (der nach Asien hineinragt) also genau gegensätzlich. Aber auch in Europa ist die Sache keineswegs eindeutig. So kommt es vor, dass Georgien „zweifelsfrei“ Europa zugeschlagen wird, andere wiederum verorten das Land „ganz klar“ in Asien und zu guter Letzt, gibt es die, die sich nicht entscheiden können und Georgien „irgendwo“ in dem Gewirr zwischen Europa und Asien verorten.

Diese unterschiedliche Verortung ist nicht überraschend. Auf die Frage hin „Ja, Herr Valentin, wo liegt denn jetzt Europa, wenn alle Möglichkeiten ausscheiden?“ würde ich ihnen antworten: „Überall“. Spätestens dann wäre die Verwirrung komplett, aber ich erkläre Ihnen die Antwort gerne. In der Tat ist es so, dass der menschlichen Denkstruktur ein gewisser Dualismus anhaftet, der sich auch nach intensivem Training selbst beim Autor nicht abschalten lässt. Kurz gesagt, ein Ding muss eine bestimmte Eigenschaft haben und sich auf irgendeine Weise zuordnen lassen. Schwarz oder weiß, Ost oder West, Europa oder nicht, das sind klassische Beispiele für einen Dualismus, der vielerorts in der Wissenschaft (und im Alltag) vorhanden ist. Genau hier liegt das Problem: ein Land wie Georgien nach einer dualistischen Maßgabe zu betrachten, hält der Autor für grundfalsch. Der Grund hierfür ist so einfach wie einleuchtend, so liegt Georgien in der „Transitionszone“ zwischen Nord- und Südkaukasus oder dem Großen und dem Kleinen Kaukasus, je nachdem, wen man fragt. Heute gibt es viele (Kultur)Wissenschaftler, die Georgien aufgrund seiner Vielvölkerstruktur und der sehr bewegten Geschichte inklusive der Einflussnahme aus Russland in Europa verorten würden, auch wenn die Einflüsse aus dem persischen und dem östlichen Mittelmeerraum, also aus Asien (Vorderasien oder Asia Minor), ebenfalls mannigfaltig sind.

Gemeinhin hat sich heutzutage eine Definition Europas durchgesetzt, die der Auffassung des deutsch-schwedischen Geographen Philip Johan von Strahlenberg (1676-1747) folgt, dieser veröffentlichte 1730 ein Werk, das definitorisch die Grenze Europas an den Ural verlegte. Dieser Vorschlag fand bei russischen Zarin Anna Iwanowa Zuspruch, welche den Ural als Grenzfluss Europas festlegte. Zwischen Kaspischen und Schwarzen Meer wurde der Fluss Manytsch als Grenzfluss bestimmt. Dies führt zu dem Kuriosum, dass ein Teil des heutigen Westkasachstans, aber nicht Georgien zu Europa gezählt wird (WISSENSCHAFTLICHE DIENSTE DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES 2008: 7–8). Was heißt das jetzt genau? Es bedeutet, dass zum einen die Definition Strahlenbergs nicht mehr zeitgemäß ist und Georgien ob seiner, Lage, Kultur, Geschichte und auch seiner Multinationalität einen Hybrid-Fall darstellt. Anders ausgedrückt: Georgien liegt in Eurasien. Die ganze Diskussion nach der Frage, wo Georgien liegt, ist (nach Meinung des Autors) ohnehin nicht sonderlich von Relevanz.

Auch wenn Georgien gerne Mitglied der Europäischen Union bzw. *Europas* wäre, schmälert dies nicht die Einflüsse aus den *asiatischen* Nachbarstaaten (zu denen auch Russland als multikontinentales Land gehört). Eine Verortung aufgrund von geologischer Lage oder kulturellem Hintergrund ist nicht zielführend. Auch wenn sich viele Einwohner Georgiens

pro-Europäisch zeigen ändert das nichts an der Lage des Landes. Dies bedeutet nicht, dass Georgien niemals *europäisch* (auf welcher Ebene auch immer) werden wird, denn ein Teil des Landes wird immer noch *asiatisch* sein. Insofern ist dieser Hybridstatus Teil des *georgischen Genoms*. Es ist nicht so, dass sich das Land zwischen Europa und Asien entscheiden müsste, sondern die Vorteile aus beiden Welten sollten zusammengeführt werden. Wenn dies nachhaltig gelingt, kann die immer wieder beschworene Brückenfunktion (*Balkon Europas*) (BOLASHVILI ET AL. 2018: X) zwischen Europa und Asien wirklich gelingen und zum Wohl beider Teile beitragen.

Spätestens dann werden Zuschreibungen wie *Europa* oder *Asien* in Sachen Zugehörigkeit sowieso keine Rolle mehr spielen. Denn dann wird Georgien seinen Weg abseits der nationalen Dualismen gefunden haben und sich als das entwickeln, was es ist: ein kultureller Schmelztiegel zwischen Kontinenten und auch Kulturerdteilen, der es gar nicht nötig hat, sich in eine geographische Verortung hineinzwängen zu lassen.

2.2. Georgische Landeskunde

Georgien befindet sich in Nord-Süd-Ausdehnung zwischen dem 44. und 41. Breitengrad und in Ost-West-Ausdehnung zwischen dem 40. und 47. Längengrad. Es grenzt im Norden an die Russische Föderation, im Osten und Südosten an Aserbaidschan, im Süden an Armenien und im Südwesten an die Türkei (BOLASHVILI ET AL. 2018: 6–7). Das Land hat eine Gesamtfläche von etwa 69.700 km² inklusive der besetzten Gebiete Abchasien und Süd-Ossetien. Die Gesamtgrenzlänge beträgt etwa 2115 km (NEIDZE 2022: 1; NEIDZE 2022: 3). Seine Größe ist damit etwas kleiner als die Fläche des deutschen Bundeslandes Bayern (GUMPPENBERG U. STEINBACH 2010: 32). Georgien ist ein republikanischer Zentralstaat (Republik Georgien / georgisch საქართველოს რესპუბლიკა). Das Land ist unterteilt in neun Regionen, zwei autonome Republiken und einen Hauptstadtbezirk (Tbilisi). Die Regionen entsprechen Verwaltungseinheiten, die zur besseren Kommunikation der Munizipalitäten geschaffen wurden. Sie üben keine Selbstverwaltungsrechte aus. Die Leitung einer Region obliegt einem Staatskommissar, der vom Premierminister ernannt wird. Die Regionen lauten wie folgt: Guria, Imereti, Kakheti, Kvemo Kartli, Mtskheta-Mtianeti, Racha-Lechkumi und Kvemo Svaneti, Samegrelo und Zemo Svaneti, Samtskhe-Javakheti, Shida Kartli. Die beiden autonomen Republiken sind die AR Abchasien und die AR Ajaria. Die autonomen Republiken verfügen anders als die Regionen über einen teilautonomen



Abbildung 2: Die sog. "Katskhi-Säule" in der Ortschaft Katskhi, Imereti unweit von Chiatura. Diese etwa 40 m hohe Kalksteinsäule ist durch Denudation entstanden. Auf der Spitze befindet sich eine, für Besucher unzugängliche, Einsiedelei. (Quelle: Eigenes Foto)

Status, der auch in der georgischen Verfassung festgeschrieben ist. So finden sich in den AR bestimmte Selbstverwaltungsorgane. Zudem haben die AR eigene Verfassungen und führen eigene Flaggen/Wappen. AR sind teilweise mit deutschen Bundesländern zu vergleichen, wohingegen dies nicht auf die Regionen zutrifft (BOLASHVILI ET AL. 2018: 8–9) (GUMPPENBERG U. STEINBACH 2010: 32; PARLIAMENT OF GEORGIA 2014).

Die Hauptstadt und das administrative Zentrum bildet Tbilisi (deutsch: Tiflis, georgisch: თბილისი). Der Name bedeutet je nach Deutung so viel wie *warmer Ort* oder *warmes Wasser*, was auf die zahlreichen heißen Quellen, die auch heute noch zu balneologischen Zwecken genutzt werden, zurückzuführen ist (KIKODZE 2014: 102) (METREVELI 2006: 515) (LIPARTELIANI 2018: 34). Die Einwohnerzahl von Tbilisi beträgt etwa 1.241.000 (GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023) auf einer Fläche von etwa 720 km². Dies ergibt eine Einwohnerdichte von etwa 1.724 Einwohner / km² (LIPARTELIANI 2018: 34). Aktuelle Staatspräsidentin ist Salome Zourabichvili (parteilos), aktueller Premierminister Irakli Kobakhidze (Georgischer Traum) (PRESIDENTIAL OFFICE OF GEORGIA 2024; PARLIAMENT OF GEORGIA 2024).

Kaum ein anderes Land im südlichen Kaukasus beansprucht für sich eine dermaßen weitreichende und auch vielfältige Geschichte. Da man mit der historischen Beschreibung Georgiens ganze Bände zu füllen vermag, wird an dieser Stelle auf den Geschichtsteil verzichtet. Es sei nur gesagt, dass Georgien im 12. Jahrhundert sein *Goldenes Zeitalter* bestritt und hier die geographische Ausdehnung des Landes am größten war. Ein weiteres wichtiges Datum ist der 26.05.1908, an dem die erste unabhängige Republik ausgerufen wurde. Diese fiel allerdings wenig später den Bolschewiken aus dem sowjetischen Russland zum Opfer. So wurde Georgien als Georgische SSR in die neu entstandene UdSSR eingegliedert. 1991 erlangte Georgien seine Unabhängigkeit (zweite Republik) am 09. April, nach dem Zusammenbruch der UdSSR. Georgien wurde maßgeblich von seinem zweiten Präsidenten Eduard Shevardnadze geprägt, der bis 2003 regierte.

Georgien liegt im Gebirgssystem des Kaukasus zwischen dem Nördlichen Kaukasus (Großer Kaukasus) und dem Südlichen Kaukasus (Kleiner Kaukasus). Hierbei ist Georgien Teil des kaukasischen Segmentes des Alpidischen Orogengürtels. Georgien verfügt über viele geologisch interessante Stätten, so z.B. die *Katskhi-Säule* (Abbildung 2). Alle diese Phänomene zu beschreiben, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Geomorphologisch finden sich Georgien drei Hauptzonen. 1. Die Zone des Hoch- und Mittelgebirgsrelief des Großen Kaukasus, welches sich auf Basis der Kreide-, Jura- und

paläozoischen Faltenschicht entwickelte (Nordgeorgien). 2. Die intermontane Tieflandzone mit flachem und hügeligem Relief (Mittelgeorgien) und 3. die Gebirgszone im südlichen Georgien, die sich auf den tertiären, faltigen und vulkanischen Schichten entwickelt hat (GAMKRELIDZE 2022: 7; TIELIDZE ET AL. 2019a: 10–11).

Der wasserreichste und gleichzeitig längste Fluss innerhalb georgischer Grenzen ist der Rioni mit 333 km Länge. Er entspringt am Pasi auf 2620 m in der Region Racha-Lekhumi und mündet bei Poti ins Schwarze Meer. Das Einzugsgebiet umfasst etwa 134.000 km², was größtenteils der Hälfte von Westgeorgien entspricht. Der zweite Hauptfluss ist die Kura (georgisch: მტკვარი /Mtkvari). Sie entspringt in der Nordost-Türkei im Gebiet des Kizil-Giadik-Gebirges. Die Gesamtlänge beträgt 1.364 km mit einem Einzugsgebiet von 188.000 km², davon 351 km (34.670 km² Einzugsgebiet) auf georgischem Staatsgebiet.



Abbildung 3: Der Kazbek hinter der Kulisse Gergetis (Quelle: Eigenes Foto)

Sie mündet bei Neftçala (Aserbaidshan) ins Kaspische Meer (GELADZE ET AL. 2022: 102). Der größte See ist der Raravani-See mit 37,5 km² in der Region Samtskhe-Javakheti, der tiefste ist der Große Ritsa-See mit 101 m in Abchasien (GELADZE ET AL. 2022: 121–122). Der flächenmäßig größte Gletscher ist der Lekzhiri mit ca. 23 km² in Svaneti nördlich von

Mestia. Insgesamt sind ca. 0,53% (ca. 367 km²) der gesamten Landesfläche mit Gletschern bedeckt (TIELIDZE ET AL. 2019b: 28). Die höchste Erhebung Georgiens ist der Shkhara (georgisch შხარა) (5193 m) an der Grenze zur Russischen Föderation nördlich von Ushguli in Svaneti.

Der wohl bekannteste Gipfel in Georgien ist der Kazbek (georgisch მყინვარწვერი/Mqinvarstveri) mit 5047 m. An diesem Berg soll nach Überlieferungen der griechischen Mythologie, Prometheus gekettet worden sein, nachdem er das Feuer von Zeus, dem Göttervater, gestohlen und an die Menschen weitergegeben hat. Nach tschetschenischem und inguschetischem Volksglauben lebt die *Mutter der Stürme*, Dardza-Nialnig auf dem Gipfel des Kasbek (bzw. wird angekettet gefangen gehalten, weil Sie Gott erzürnt hat) (ABENSTEIN 2016: 108; SIKHARULIDZE 2018: 161).

Das Klima in Georgien ist insofern besonders, als dort für ein Land dieser Größe eine große Anzahl von Klimazonen bzw. -subzonen vorherrschen. So dominiert im Westen an der Schwarzmeerküste, in der AR Adjaria, Guria, Imereti, Abchasien sowie in den Hochgebirgsregionen Samegrelo-Obersvaneti und Racha-Lekhumi-Niedersvaneti ein maritim-feuchtes subtropisches Klima. Dies bedeutet heiße Sommer und milde Winter am Schwarzen Meer bis Imereti und feuchte, kalte Winter in der svanetischen und abchasischen Hochgebirgsregionen (entsprechend den großräumigen Klimaklassifikationen C_f, D_f und ET nach den Klimaklassifikationen nach Köppen-Geiger). In Zentral-, Nordost- und Ostgeorgien bewegt sich das Klima vom mäßig-warmen Steppenklima mit heißen Sommern und wenig Niederschlag von Kachetien bis zur Hauptstadt Tbilisi, In der Gegend um Borjomi befindet sich das Klima im Übergang zwischen maritimem und mäßig-feuchtem Kontinentalklima mit schneereichen, kalten Wintern und verlängerten Sommern. Im Norden in der Region Mtskheta-Mtianeti herrscht ein mäßig-feuchtes Hochgebirgsklima mit kurzen Sommern bis gar keinen Sommern und kalten bis sehr kalten Wintern vor. Die höchsten Gipfel befinden sich permanent unter Schnee oder oberhalb von Gletschern (das entspricht den Klimaklassifikationen BS, C_{xb}, D_f, EF und ET nach den Klimaklassifikationen nach Köppen-Geiger).

Das südliche Georgien, hauptsächlich die Region Samtskhe-Javakheti an der Grenze zur Türkei und Armenien, liegt in einer Klimasubzone im Übergang von mäßig feuchtem subtropischen Klima zu trockenem subtropischen Hochlandklima, d.h. es herrscht ein mäßig-feuchtes bis hin zum Hochlandsteppenklima vor, das sich durch kalte Winter und verlängerte Sommer auszeichnet. In den höheren Regionen sind die Winter kalt aber mit

weniger Schneefall und kälteren Sommern. (Dies entspricht den großräumigen Klimaklassifikationen BS und D_{xb} nach den Klimaklassifikationen nach Köppen-Geiger) (BOLASHVILI ET AL. 2018: 56; McCLATCHEY 2012: 122–123; KAPPAS 2009: 143; RÜDIGER U. ULRICH 2013: 270–271).

Die durchschnittliche Lufttemperatur in Westgeorgien liegt im Jahr zwischen -6 °C in Svaneti und 14 °C am Schwarzen Meer. Im südlichen Georgien liegen die durchschnittlichen Lufttemperaturen zwischen -2 und 6 °C. Im östlichen Georgien liegen die durchschnittlichen Lufttemperaturen zwischen -6 °C im Norden (Hochgebirge bei Stepantsminda), und 14 °C in Kachetien an der Grenze zu Aserbaidschan (TIELIDZE ET AL. 2019b: 22). Die durchschnittlichen jährlichen Niederschlagswerte betragen in West- und Nordgeorgien zwischen 1.600 und 4.200 mm, während in Zentral- und Süd- und Ostgeorgien sich die Niederschlagswerte zwischen 400 mm südlich von Rustavi und 700 mm einpendeln (TIELIDZE ET AL. 2019b: 24).

2.3. *Tourismus in Georgien, ist das wirklich so wichtig?*

Ebenso wie die Entwicklung des Tourismus ist die Diskussion um das Thema *Overtourism* eine sehr aktuelle. Gerade in einer Zeit, in der Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und auch Klimaneutralität zu den immer stärker beachteten Maßzahlen für fast jeden Lebensbereich werden, macht auch der Tourismus keine Ausnahme. Es gibt mehrere Regionen, die bereits in der entfernten Vergangenheit als Tourismus-Hot-Spots galten und immer noch gelten (Batumi z.B.). Dann gibt es Regionen, die in letzter Zeit einen regelrechten Boom erfahren haben, nicht nur in Bezug auf die Übernachtungszahlen, sondern auch im Gastronomie- und im Bausektor sowie eine sprunghafte Entwicklung in anderen Sektoren. Es muss eine der Regionen herausgehoben und näher beleuchtet werden, die Gebirgsregion Svaneti im Nordwesten Georgiens.

Ein weiterer Teil der vorliegenden Arbeit befasst sich mit dem Themenkomplex Geoparks, genauer UNESCO Global Geoparks, und der Standortverwertbarkeit innerhalb Georgiens. Es bestehen seit längerem Bestrebungen, einen Geopark auszuweisen, allerdings befindet man sich immer noch in der Phase der Standortfindung. Insbesondere hat den Autor interessiert, wie die lokale Bevölkerung auf einen Geopark reagieren würden. Daher stellt sich auch die folgende bedeutende und viel diskutierte Frage im Zusammenhang mit Tourismus und Georgien: *Wie hätte sich der Tourismus in Georgien entwickelt, wenn es die COVID-19-Pandemie nicht gegeben hätte?* Hieraus erwächst Anzahl weiterer Fragen, welche sich alle um das gleiche Thema drehen. Meine Forschungsfragen möchte ich in

einem Fragencluster darstellen, um diesen am Ende auch in dieser Form beantworten zu können. Der Fragencluster ist nach Überkategorien gegliedert, um die Übersicht zu wahren. Im Cluster gibt es insgesamt vier Hauptkategorien (siehe Abbildung 4) (COVID-19, Tourismus, Geoparks, Nebeneffekte), innerhalb der Hauptkategorien gibt es jeweils die zugeordneten Kernfragen, die in dieser Arbeit nach Möglichkeit zu bearbeiten sind. Die Kernfragen in der Kategorie COVID-19 lauten: *Hätte sich der georgische Tourismusboom nach 2019 ohne COVID-19 unverändert fortgesetzt?* sowie *War COVID-19 der wirkliche Auslöser für den (temporären) Niedergang der Tourismuswirtschaft in Georgien?* Die Fragen dieser Kategorie befassen sich hauptsächlich mit den Auswirkungen der globalen Pandemie auf den Tourismusstandort Georgien. In der Kategorie *Tourismus* lauten die Kernfragen: *Hätte sich Georgien in den Folgejahren zu einem noch stärker frequentierten Reiseziel entwickelt oder wäre der Boom ohnehin "verpufft"?* sowie *Welche Rolle spielt der Tourismus im wirtschaftlichen Gefüge Georgiens?* und *Gibt es Overtourismus in Georgien und welche Auswirkungen hat er auf die betroffenen Regionen?* Die Fragen dieser Kategorie beschäftigen sich mit Kernfragen der Tourismusentwicklung

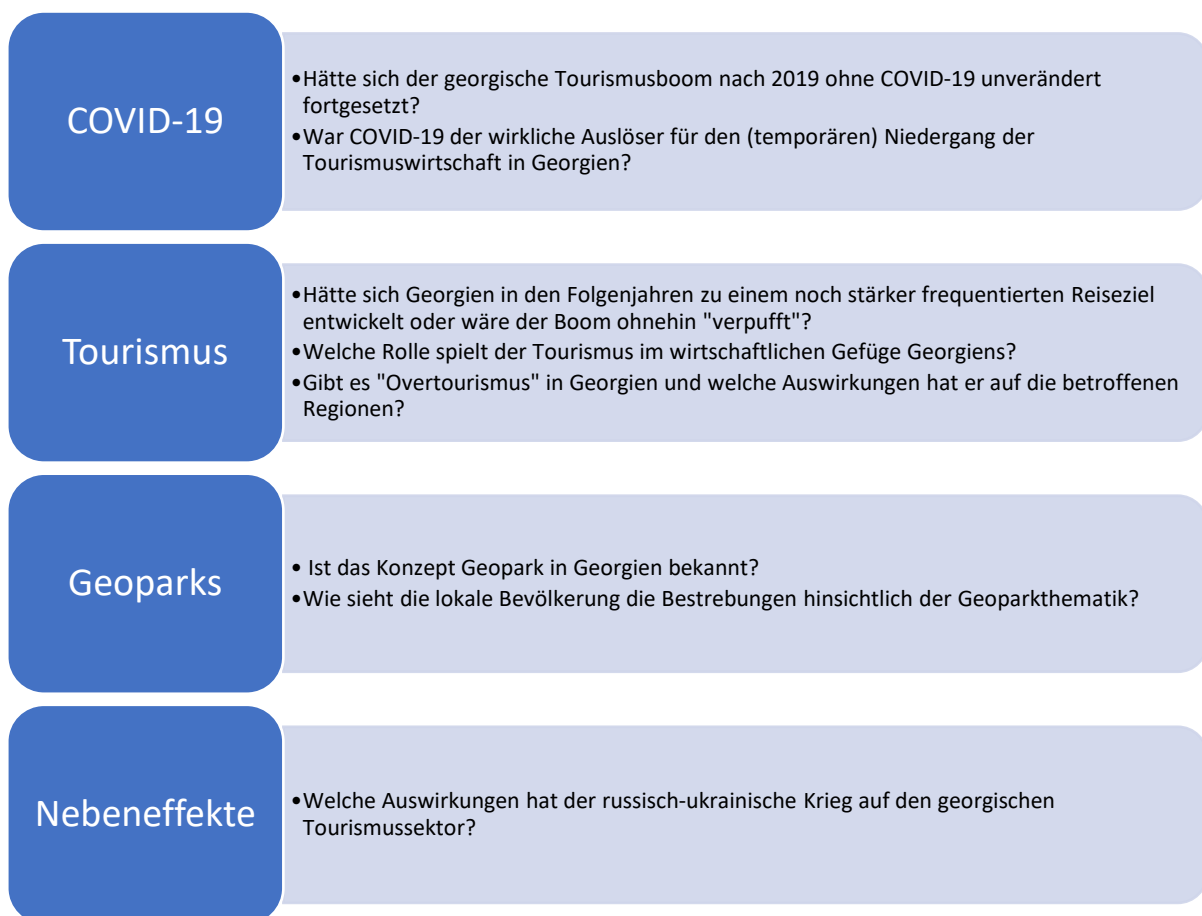


Abbildung 4: Fragencluster mit Kernfragen der Arbeit (Quelle: Eigene Darstellung)

in Georgien. Hierbei steht vor allem die (wirtschaftliche) Tragweite sowie die Bedeutung des Tourismus für die Regionen an sich im Vordergrund.

In der Kategorie *Geoparks* lauten die Fragen *Ist das Konzept Geopark in Georgien bekannt?* sowie *Wie sieht die lokale Bevölkerung die Bestrebungen hinsichtlich der Geoparkthematik?* Dieser Teilfragenbereich umfasst den Themenkomplex der *Geoparks*, bzw. das komplexe System der *UNESCO Global Geoparks*, da eine andere Kategorisierung (z.B. nach dem System *Nationale Geoparks Deutschland*) keine hinreichende internationale Vergleichbarkeit herstellen würde und sich das UGG-System international durchgesetzt hat. Die Kategorie *Nebeneffekte* schließt aktuelle Ereignisse in die Betrachtung der Tourismusentwicklung in Georgien ein. Konkret lautet hier die Frage *Welche Auswirkungen hat der russisch-ukrainische Krieg auf den georgischen Tourismussektor?* Diese Frage steht vor dem Hintergrund der Auswirkungen von Fluchtbewegungen aus der Ukraine und aus der Russischen Föderation, auf den Tourismussektor in Georgien.

3. Methodik

Bei der Auswahl der verschiedenen Methodiken wurde darauf geachtet, verschiedene Arbeitsweisen miteinander zu verknüpfen und damit das bestmögliche Ergebnis der Datengewinnung zu liefern. Denn auch im Bereich der Datengewinnung ist nicht alles so einfach, wie es auf den ersten Blick scheint. Dies bemerkte auch schon WAINER (2013: 143):

„Gathering data, like making love, is one of those activities that almost everyone thinks can be done well without instruction. The results are usually disastrous.“

Daher ist es nicht verwunderlich, dass die in der Arbeit erhaltenen Daten durch verschiedene Methoden gewonnen wurden. Die klassischen Modelle der singulären Anwendung von verschiedenen Methodiken kommen in diesem Fall nicht zum Tragen, da für Gewinnung der Daten, basierend auf ihrer Herkunft, eine vielfältige Herangehensweise in Sachen Methodik unumgänglich erscheint. Zudem vertritt der Autor den modernen Ansatz der *Mixed Methods*, der seit geraumer Zeit auch aus dem anglo-amerikanischen Wissenschaftsbetrieb seinen Weg an deutsche Hochschulen gefunden hat. Hierzu schreibt Udo Kukartz (2014:33):

„...Unter Mixed-Methods wird die Kombination und Integration von qualitativen und quantitativen Methoden im Rahmen des gleichen Forschungsprojekts verstanden. Es handelt sich also um eine Forschung, in der die Forschenden im Rahmen von ein- oder mehrphasig angelegten Designs sowohl qualitative als auch quantitative Daten sammeln. Die Integration beider Methodenstränge, d.h. von Daten, Ergebnissen und Schlussfolgerungen, erfolgt je nach Design in der Schlussphase des Forschungsprojektes oder bereits in früheren Projektphasen...“. Dieser Ansatz eröffnet in der Methodik eine ganz neue Dynamik und erlaubt es, verschiedenste Erhebungsmethoden miteinander zu verknüpfen.

	Qualitativ	Quantitativ	Mixed-Methods
Daten-Theorie-Verbindung	Induktiv	Deduktiv	Abduktiv
Verhältnis zum Forschungsprozess	Subjektiv	Objektiv	Intersubjektiv
Inferenzschlüsse	Kontextabhängig	Generalisierend	Übertragbar

Tabelle 1: Mixed-Methods im Vergleich zu Quantitativen und Qualitativen Methoden (Quelle: Eigene Darstellung nach KUCKARTZ 2014: 39, MORGAN 2007: 71)

Besonders interessant ist bei diesem Ansatz die Tatsache, dass es sich um eine intersubjektive Methode handelt, die tatsächlich nur von *einer* Welt und der Sichtweise aller Individuen auf diese Welt ausgeht. Dazu Kukartz (2014: 39-40): „In einem pragmatischen Ansatz besteht gar kein Problem, die Sichtweise, dass es eine (und nicht viele) Welten gibt, damit zu vereinbaren, dass alle Individuen ihre eigene, einzigartige Interpretation dieser Welt besitzen. Intersubjektivität ist deshalb ein Kernelement allen sozialen Lebens“ Insbesondere der abduktive Charakter der Mixed-Methods kommt dem Autor und seiner pragmatischen Arbeitsweise nahe. So ist beispielsweise die auf Abduktion (vgl. REICHERTZ 2013: 88–90; FLICK 2018: 49–64) basierende Annahme, dass geringeres Einkommen der tourismusabhängigen Bewohner einer Region aus einer (beabsichtigten oder unbeabsichtigten) Vernachlässigung des touristischen Potenzials herrührt, sehr wahrscheinlich.

Die Tatsache, dass sich statistische Inferenzschlüsse innerhalb der Mixed-Methods gut übertragen lassen, spricht ebenfalls für die Anwendung dieses Methodenpools. Die Übersicht in Tabelle 1 dient nur dem oberflächlichen Vergleich mit den quantitativen und qualitativen Methoden. Dass Daten nie eine vollständige induktive oder deduktive Verbindung zu aufgestellten Theorien haben können, ist im Rahmen einer

wissenschaftlichen Arbeit nicht erwähnenswert (KUCKARTZ 2014: 39–40). Das Schaubild dient lediglich der Verortung des Mixed-Methods-Ansatzes und soll keine allgemeingültige Aussage projizieren. Eine Übersicht aller angewandten Methoden in dieser Arbeit findet sich in Abbildung 5.



Abbildung 5: Schema der verwendeten Befragungsmethode (Quelle: Eigene Darstellung)

Insgesamt wurden vier verschiedene Methoden genutzt: das Leitfadengestützte Interview, das rezeptive Interview, eine Befragung mittels standardisierten Fragebogens sowie das Mittel der teilnehmenden Beobachtung. Alle verwendeten Methodiken gehören in ihrer Art zum Standardrepertoire des anthropogeographischen Methodensets in Bezug auf die empirische Forschung in der Anthropogeographie, auch wenn man dennoch beachten muss, dass es keine vorgegebenen Methoden im Sinne eines festen Regelwerkes gibt (GERHARD u. SECKELMANN 2013: 270–271) und somit die Wahl der Methodik nach dem Ermessen des Autors durchgeführt wird.

3.1. Leitfadengestütztes Experteninterview

Das leitfadengestützte Interview wurde mit dem damaligen Bürgermeister von Mestia, Kapiton Zhorjoliani, im August 2022 durchgeführt. Bei der Interviewform handelt es sich um ein informatorisches Experteninterview „zur deskriptiven Erfassung von Tatsachen“ aus den Wissensbeständen des Befragten (LAMNEK u. KRELL 2010: 316). Das Interview wurde mithilfe seiner Assistentin, die gleichzeitig als Übersetzerin fungierte, durchgeführt.

Dies war notwendig, da der Autor kein Georgisch spricht und Herr Zhorjoliani kein Englisch. Das durchgeführte Interview basierte auf einem kurzen offenen Leitfaden, der nur wenige konkrete Fragen enthielt (von ein paar statistischen Datenabfragen abgesehen). Der Leitfaden wurde generell als nützliches Werkzeug bewertet, „da eine Konzentration auf das funktionsbedingte Sonderwissen erfolgt“ und „gleichzeitig aber auch Freiräume für die spezifische Sichtweise des Experten und unerwartete Themendimensionierungen bestehen“ (LAMNEK u. KRELL 2010: 689–690). Viel mehr beinhaltete der Leitfaden verschiedenen Themenkomplexe, die nacheinander abgearbeitet werden sollten – dies auch unter Berücksichtigung der oben genannten unerwarteten Themendimensionierung.

Es wurde davon ausgegangen, dass die erhaltenen *erzählten* Informationen von Themensprüngen begleitet werden und nicht einer chronologischen Ordnung folgen, wie dies gelegentlich in einem Gespräch geschieht. Die Aufgabe des Interviewers ist es in diesem Fall, bei einem solchen Themensprung die metaphorische *Leitplanke* zu bilden und den Interviewten wieder in den Themenkomplex zurückzulenken. Außerdem muss im Interview wenigstens eine konzeptuelle Grundlage existieren, da selbst bei völliger Offenheit eine gewisse Struktur gewahrt werden muss (MATTISSEK ET AL. 2013: 174).

Der Befragte, in diesem Fall der Bürgermeister, sollte nicht den Eindruck gewinnen, verhört oder abgefragt zu werden und vielleicht sogar etwaige Antworten dem Fragenden schuldig zu sein. Dies hätte zudem sicherlich einen negativen Ausgang des Interviews im vornherein heraufbeschworen. Vielmehr sollte das Interview in einer entspannten Atmosphäre mit Unterhaltungscharakter stattfinden. Daher wurde als Umgebung auch das Rathaus in Mestia gewählt. Zum einen war es für den Autor einfacher, nach Mestia zu kommen, als das der Befragte nach Tbilisi anreist. Zudem ist die gewohnte Umgebung ein weiterer Entspannungsfaktor, welcher dem Interview zugutekommt. Der Bürgermeister wurde im Sinne seines *Expertenstatus* ausgewählt, da er im Sinne sozialwissenschaftlicher Anforderungen auch tatsächlich als *Experte* gilt vgl. (MEUSER u. NAGEL 2009: 467) und in seiner Tätigkeit als Oberhaupt der kommunalen Verwaltung einen „aktiven Partizipanten in kommunalen Angelegenheiten“ (MEUSER u. NAGEL 2009: 468) darstellt.

Ein grundsätzliches Problem ergab sich im Vorhinein durch die sehr begrenzte Anzahl von Interviewzeit, die mir seitens der Munizipalverwaltung von Mestia vorgegeben wurde, in diesem Fall 60 Minuten. Dieser Vorgang ist auch in Georgien nicht ungewöhnlich und gleichermaßen aus Deutschland bekannt. Hochrangige Vertreter von Behörden oder Gebietskörperschaften haben eben einen strikten Zeitplan, im Falle Mestias war auch dies

nicht zu vermeiden. Immerhin kam das Gespräch zustande. Es verlief leider nicht so wie beabsichtigt, was weder an der Vorbereitung noch an den Gesprächspartnern, sondern vielmehr an der inhärenten Dynamik lag, die das Gespräch in seinem Verlauf entwickelte. Die Gesprächsatmosphäre war freundlich, wenn auch distanziert, und die Assistentin des Bürgermeisters konnte die gestellten Fragen gut verstehen und offenbar genauso gut in die georgische Sprache übertragen. Dennoch bemerkte ich beim Befragten eine leichte Unsicherheit sowie Zurückhaltung, die zum Einen auf die Sprachbarriere (ein direkter fachlicher Austausch blieb leider verwehrt) und zum Anderen auf die Situation zurückzuführen war. Im Nachgang wurde mir erklärt, dass der Bürgermeister zuvor noch nie von Wissenschaftlern einer ausländischen Universität besucht, geschweige denn in dieser Form befragt wurde.

Da im Zuge der Vorbereitung bekannt war, dass wir durch unsere Partner am Geographischen Institut der Tbilisi State University unter Prof. Nana Bolashvili auch in Kontakt mit der Ministerialebene der Zentralregierung und verschiedener regierungsunmittelbarer Behörden (z.B. der Agency for protected areas) standen, erklärte sich die Zurückhaltung. Da allgemein bekannt ist, dass das Verhältnis der svanetischen Lokalregierung zu Tbilisi nicht immer als *rosig* zu bezeichnen ist und man durch das Interview ein potentiell *Informationsleck* in Erwägung zog, verlief das Gespräch trotz des Versprechens der Diskretion anders als erwartet. Die führte möglicherweise dazu, dass nicht alle erhofften Informationen durch das Gespräch gewonnen werden konnten, allerdings war ein solches Verhalten auch nach Rücksprache mit den georgischen Kollegen in Tbilisi nicht abzusehen.

3.1.1. Interviewprozess

Das Interview dauerte 60 Minuten und wurde im Gemeinderatssaal des Rathauses in Mestia abgehalten. Anwesend waren der Autor, die Assistenz des Bürgermeisters von Mestia und der Bürgermeister selbst. Das Gespräch wurde mit Einverständnis der Beteiligten aufgezeichnet. Nach der Transkription wurde die Audiodatei aus datenschutzrechtlichen Gründen vernichtet.

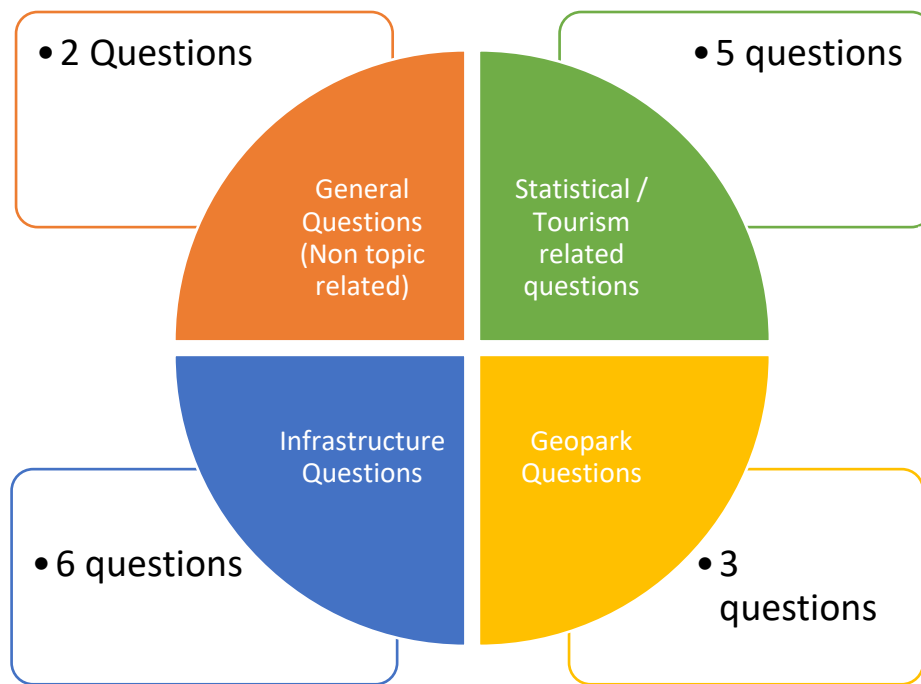


Abbildung 6: Fragenkategorien und Fragenanzahl für das Interview in Mestia (Quelle: Eigene Darstellung)

Das Gespräch begann mit der gegenseitigen Vorstellung der Anwesenden. Die aufbereiteten Fragen inklusive Antworten findet sich in Tabelle 8 im Kapitel Anhang, eine Übersicht über die Fragen in Abbildung 6. Die bereits angesprochenen Themenfelder, in welchen Fragen gestellt wurden, lauteten wie folgt: *General Questions*, *Statistical and Tourism related Questions*, *Infrastructure Questions*, *Geopark Questions*. Die ersten Fragen waren statistischer Natur und bezogen sich auf die Amtsdauer des Bürgermeisters sowie die offizielle Anfrage, weitere Erhebungen im öffentlichen Raum durchzuführen. Der zweite Themenbereich befasste sich mit dem Thema kommunale statische Erhebungen sowie tourismusbezogene Fragen allgemein. Im dritten Themenbereich wurden Fragen zur lokalen Infrastruktur eingebracht. Im vierten und letzten Themenbereich wurde das Gespräch auf die UNESCO Global Geopark-Thematik gelenkt, da Mestia bzw. Svaneti ggf. als Kandidat für die Eröffnung eines solchen Geoparks in Frage kommt. Alles in Allem wurden 16 Fragen beantwortet, dies entspricht einem ungefähren Zeitwert von 3,7 Minuten pro Frage, ein Wert, der unter Berücksichtigung der Übersetzung und der Zeit, eine Antwort zu formulieren, gerechtfertigt erscheint. Im Anschluss an das Interview wurde dem Bürgermeister der Fragebogen für die Personenbefragung in Mestia vorgelegt. Es wurde vereinbart, dass im Falle von Anmerkungen diese im Nachgang per E-Mail zugestellt werden.

3.1.2. Auswertung

Auch wenn das Interview in der Gesamtheit nicht so verlaufen ist, wie der Autor sich das gewünscht hätte, konnten doch in recht kurzer Zeit einige wertvolle Informationen gewonnen werden, die bisher in dieser Form noch nicht bekannt waren. Das Gespräch erwies sich als zweckdienlich aber in der Gesamtheit distanziert. Es konnte keine wirkliche persönliche Nahe zum Interviewten aufgebaut werden, was aber vor den bereits geschilderten Hintergründen nicht verwundert. Dieses Verhalten, insbesondere gegenüber Fremden (nicht zwingend Ausländern), wurde in Georgien sehr oft beobachtet und steht der sonst vorherrschenden fast unbeschränkten Gastfreundschaft konträr gegenüber. Der Grund hierfür kann vom Autor nicht ermittelt werden. Wichtig war es, in erster Linie verwertbare (wenn auch wenige) Daten aus dem Interview zu gewinnen. Dies ist erfolgt und deshalb ist das Interview als Erfolg zu werten.

3.2. *Rezeptives Interview und das ero-epische Gespräch*

Im Verlaufe des Aufenthaltes in Georgien und inmitten der Phase der teilnehmenden Beobachtung (vgl. Unterkapitel 4) genoss der Autor das Privileg, viele verschiedene Menschen zu treffen, die ihn mit allen Arten von Informationen versorgen konnten. So ergab es sich, dass neben geplanten Aktivitäten und Interviews auch Gespräche entstanden, mit denen der Autor vorher gar nicht gerechnet hätte, welche sich aber später als äußerst informativ herausgestellt haben.

Während man in der Feldarbeit unterwegs ist und seinem Tagewerk innerhalb seines Forschungsaufenthalts nachgeht, ist es nicht immer gegeben, dass man Tätigkeiten exakt nach Lehrbuch ausführt. Dies hat mitunter zur Folge, dass man spätestens bei der Auswertung oder der Phase der Verschriftlichung an einen Punkt kommt, in dem man zwar eine Menge Daten erhoben hat, dies aber nicht sofort an Methoden festmachen kann. Im Klartext bedeutet das, dass man eine bestimmte Forschungsaktion ausgeführt hat, aber zum Zeitpunkt der Ausführung nicht genau weiß, was man da eigentlich gemacht hat.

Dies stellt sich als Problem dar, wenn man in der späteren (wissenschaftlichen) Bearbeitung, die ja durch bestimmte Normen und Regulatorien in gewisser Hinsicht standardisiert ist, keine ausreichende Beschreibungsgrundlage für seine Forschungstätigkeit hat. Genauso erging es dem Autor auch, als er unverhofft das bereits erwähnte Gespräch führte, Daten sammelte und am Ende feststellen musste, nicht zu wissen was da eigentlich gerade passiert ist. Nach dem Studium der Fachliteratur schien dieser Vorgang sich am ehesten zwei Komponenten der Datenerhebung zuordnen zu

lassen: Zum Einen dem sog. *Rezeptiven Interview* und zum Anderen dem *ero-epischen Gespräch*.

Beide Teile werden in den nächsten Kapiteln einer genaueren Erklärung unterzogen. Es wird aufgeklärt, warum diese Techniken am besten auf das geführte Gespräch passten. Das Gespräch kam indes nach einem spontanen Besuch im ethnographischen Freilichtmuseum von Tbilisi (oberhalb des Vake-Parks und unterhalb des sog. Schildkrötensees) zustande. Dem Autor war der Mitarbeiter des Museums bereits begegnet, allerdings hatte sich aufgrund schwieriger Terminlage bisher kein Gespräch anberaumen lassen. An diesem Tag war er allerdings vor Ort und so konnte ein ungezwungenes, spontanes aber hochinteressantes Gespräch stattfinden. Er bat mich indes, seinen Namen aus den Transkripten zu entfernen, was ich ihm sofort zusicherte.

3.2.1. Das rezeptive Interview

Beim rezeptiven Interview handelt es sich um eine Art Monolog unter wissenschaftlichen Voraussetzungen. Eine treffende Definition findet sich bei KLEINING (1995: 123):

Das rezeptive Interview ist die Aufnahme einseitiger, alltäglicher Mitteilungen nach wissenschaftlichen Regeln zur Exploration von Sachverhalten.

Der große Vorteil dieser Art von Interview findet sich in der schon als *radikal* zu bezeichnender Offenheit. Nicht umsonst wird diese methodische Form als *Extrembeispiel* innerhalb qualitativer Befragungsmethodik empfunden. Das völlige Fehlen eines Leitfadens oder einer klaren Fragestruktur vereinfacht die Kommunikation erheblich, da die Antworten unmittelbar aus der Lebensrealität des Gesprächspartners stammen und quasi *ungeschönt* wiedergegeben werden (KLEINING 1995: 125).

In Sachen Informationsgewinnung stellt sich dies als Glücksfall dar, da man so unverfälschte Informationen gewinnen kann. Gleichzeitig sorgt dieser Umstand dafür, dass im konkreten Fall der Gesprächsfluss nicht abbricht oder das Gespräch *zu verholzen* droht, d.h. die Gesprächsatmosphäre in Richtung einer sterilen Befragungs- oder Interviewsituation abdriftet.

Innerhalb der rezeptiven Interviews unterscheidet man mehrere Arten. Der Autor nutzte die Variante des provozierten rezeptiven Interviews (KLEINING 1995: 127; LAMNEK u. KRELL 2010: 357). Hierbei sucht der Gesprächspartner nicht von sich aus das Gespräch, sondern wird vom Interviewer erst aktiviert. Diese Aktivierung kann über ganz einfache Sätze

erfolgen, so zum Beispiel: „Hello Mister A., how wonderful that we met here today.“ Ist der Gesprächseinstieg einmal geschafft, verläuft das weitere Interview wie ein ganz normales Gespräch. Hierbei ist zu beachten, dass der Interviewer sich zurückhält und so wenig wie möglich interveniert, um den Gesprächsfluss und die Gesprächslogik (die vom Interviewten ausgeht) nicht zu unterbrechen. Im Idealfall hält sich der Interviewer an die Methode des *aktiven Zuhörens*, so dass er gelegentlich Verständnisfragen bei unklaren Sachverhalten stellt oder immer wieder Zeichen gibt, dass er noch aktiv dem Gespräch folgt. So signalisiert er gleichzeitig seinem Gegenüber, dass er immer noch an seinen Ausführungen interessiert ist (KLEINING 1995: 127; LAMNEK u. KRELL 2010: 358). In Bezug auf die Aufzeichnung gilt, dass man sich idealerweise Notizen macht oder sich den Gesprächsinhalt merkt und später schriftlich festhält. Es geht hierbei nicht um die wortgenaue Wiedergabe, sondern ist hier die Quintessenz des Gespräches von Bedeutung. Eine vollständige Transkription ist nicht notwendig und vermutlich eher hinderlich, da man ja die wichtigsten Gesprächsteile hervorheben möchte (KLEINING 1995: 127).

3.2.2. Das ero-epische Gespräch

Die bei GIRTLE (2009: 147) besprochene Methodik des sog. ero-epischen Gespräches ist eine eher selten genutzte Methodik im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung und schon gar nicht in der (Anthropo)Geographie. Hier taucht der Begriff gar nicht auf. Dennoch hat der Autor nach dem Studium der *Methoden zur Feldforschung* (GIRTLE 2009) den Eindruck gewonnen, dass das ero-epische Gespräch ein hilfreiches Instrument für seine Gesprächsführung sein könnte. Der Kern des ero-epischen Gespräch liegt in zwei Dingen: zum Einen in dem sanften Gesprächseinstieg, bei dem sich zunächst der Forschende vorstellt und seine Ambitionen und evtl. seinen Hintergrund erläutert, so dass der Gesprächspartner weiß, mit wem er es eigentlich zu tun hat. Zum Anderen spielt der Faktor Zeit eine Rolle, weil man sich Zeit für seinen Gegenüber nehmen muss, was schon ein aufrechtes Interesse an den vermittelten Informationen nahelegt (GIRTLE 2009: 152).

3.2.3. Das rezeptive ero-epische Gespräch

Die vorliegenden Ausführungen zeigen die Fähigkeiten zur dynamischen Kombination, die neben anderen Disziplinen auch die Geographie auszeichnet. Zudem liegt dem Autor die praktische Anwendung dynamischer Kombinationen. So hat er das Grundgerüst des rezeptiven Interviews, das unstrukturierte Zuhören, genommen und mit dem ero-epischen Gespräch (sanfter Gesprächseinstieg und sich Zeit nehmen) zusammengefügt, er hat einen Hybrid aus beiden Methodiken geformt, der sich, auf die speziellen Bedürfnisse seiner

Forschung zugeschnitten, in der Praxis bewährt und letzten Endes sein Ziel erreicht hat: Die gewünschten Informationen konnten in der erhofften Form gewonnen werden.

Daher scheint es nicht unangebracht, diese fraglos unkonventionelle Methodik als erfolgreich zu bezeichnen. Das Ergebnis dieses speziellen Gesprächs ist im Anhang unter Tabelle 9 zu finden. Auch hier wird, wie im Text beschrieben, lediglich die Quintessenz des Gespräches wiedergegeben, ohne irgendeine spezifische Form wahren zu müssen.

3.3. Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Die Idee zu einer Befragung mit einem standardisierten Fragebogen war zunächst nur eines von vielen methodischen Konzepten zur Datengewinnung. Nach mehreren Aufenthalten in Georgien wurde mir aber klar, dass sich ein standardisierter Fragebogen für die vorliegende Arbeit aufgrund von mehreren Faktoren besser eignet als andere methodische Varianten. Zum Einen sind viele jüngere Georgier sehr technikaffin im Sinne von Smartphone und digitalen Medien, zum Anderen gibt ein standardisierter Fragebogen dem Befragenden eine gewisse Sicherheit in Bezug auf das Fragekonzept. Diese Sicherheit ist im vorliegenden Fall insbesondere deswegen nicht zu unterschätzen, da der Fragebogen in zweierlei Weise genutzt wird. Zum Einen zur Online-Befragung mittels eines auf online-tauglichkeit geprüften und fachlich in die georgische Sprache übersetzten Online-Fragebogens.

Hinweis zur datenschutzrechtlichen Vorgehensweise:

Aus Datenschutzgründen wurde Fragebogen auf einem vom Autor nur für diesen Zweck eingerichteten Server gehostet. Nach Ablauf der Befragungsfrist und der Extraktion der Umfragedaten wurde der Befragungsserver abgeschaltet und die verbliebenen Daten nach DSGVO datenschutzkonform gelöscht. Auch wenn georgische Staatsbürger in Georgien nicht unter den juristischen Einflussbereich der DSGVO fallen (VOIGT u. BUSSCHE 2018: 26–27), ist es nach Meinung des Autors nicht schädlich, sich an geltenden europäischen Vorschriften zu orientieren und als Vorbild zu dienen.

Zum Anderen als *Offline-Fragebogen* zum Ausfüllen vor Ort bzw. zum Ausfüllen an digitalen Geräten (Tablet-PC). Die Vor-Ort-Aufnahme wurde durch die Verwendung von digitalen Eingabegeräten erheblich vereinfacht. Screenshots des (englischen) Fragebogens stehen im Anhang dieser Arbeit (Abbildung 99-106).

3.3.1. Der Ausfüllprozess

Der Ausfüllprozess vor Ort gestaltete sich wie folgt: Das Ausfüllen des Fragebogens konnte entweder durch den Befragten selbst erfolgen, oder eine georgisch sprachige Person nahm, wenn die ausfüllende Person Georgisch sprach, die Fragen auf und gab diese in den Fragebogen ein. Sprach eine zu befragende Person Englisch, wurde die vorgenannte Aufgabe vom Autor übernommen. Dieses Verfahren nenne ich *assistiertes Ausfüllen* und nutze den Begriff im Folgenden. Das Verhältnis zwischen selbstausgefüllten und aufgenommenen Fragebögen betrug etwa 80 zu 20, wobei die Gruppe der Personen die den Fragebogen ausfüllen ließ, mit 80% stark überwog. Dieser Wert ist geschätzt und basiert auf Beobachtungen, die am Tag der Erhebung stattgefunden haben.

In der Praxis hat sich darüber hinaus gezeigt, dass die Befragung mittels digitaler Systeme durch eine befragende Person die Effektivität der Erhebung beschleunigte (pro befragter Person verringerte sich die Zeit für das Ausfüllen des Fragebogens gegenüber dem Selbstausfüllen) und auch weniger Verständnisfragen zum Fragebogen gestellt wurden. Dies hatte den Vorteil, dass die Fragebögen weitestgehend vollständig ausgefüllt wurden und die Abbrecherquote beim assistierten Ausfüllen wesentlich geringer war als bei Personen, die versuchten den Fragebogen selbst auszufüllen. Ob diese Entwicklung mit dem Alter der Personen zusammenhing, konnte nicht abschließend geklärt werden. Dennoch ist auf Basis der Beobachtungen anzunehmen, dass bestimmte Personen jenseits einer bestimmten Altersgrenze (geschätzt etwa 35 Jahre) weniger Technikaffinität und auch Motivation besaßen, den Fragebogen alleine auszufüllen.

3.3.2. Fragebogenkonstruktion

Der Fragenbogen wurde in englischer und georgischer Sprache zugänglich gemacht. Da es sich bei der Forschung generell um eine „cross-language research“ (Forschungssprache Englisch, Vor-Ort-Sprache neben Georgisch überwiegend Englisch) handelte, war das Hinzuziehen bestimmter fremdsprachiger (georgisch sprechender) Personen unausweichlich. Hierzu zählen nach RESCH u. ENZENHOFER zum einen die *facilitators* (Moderatoren) und die *interpreter* (Übersetzer), die *facilitator*“ wurde bereits weiter vorne im Text beschrieben und nehmen die Aufgaben eines Moderators bzw. Ausfüllassistenten wahr und helfen ob ihrer georgischen und englischen Sprachkenntnisse hauptsächlich den auszufüllenden Personen, den Fragebogen auszufüllen, und können bei Bedarf Rückfragen an den Autor/Forschungsleiter stellen.

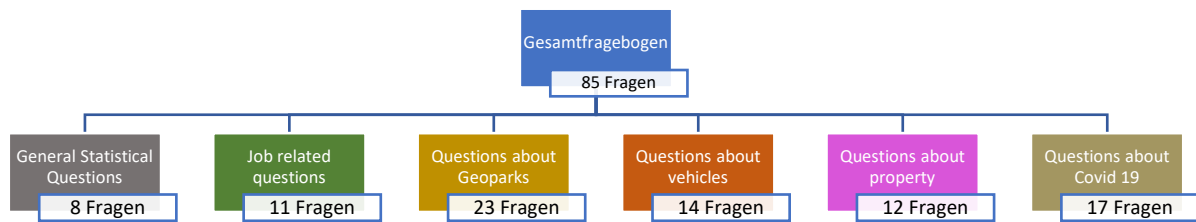


Abbildung 7: Fragengliederung des Erhebungsfragebogens (Quelle: Eigene Darstellung)

Eine weitere Aufgabe umfasst die Erklärung des Fragebogens und Hilfestellung bei Verständnisfragen zum Inhalt. Der *interpreter* tritt nur vor der eigentlichen Befragung in Erscheinung, indem er den originalen Fragebogen von der Arbeitssprache Englisch in die georgische Sprache übersetzt. Mithilfe der angefertigten Übersetzung ist es für den Autor später möglich, die erfassten Fragen über ein EDV-System zu erfassen. Antworten zu offenen Fragen in georgischer Sprache wurden im Nachgang zur Befragung übersetzt, sofern dies notwendig war.

Fragentyp geschlossen kategorial	Fragentyp offen	Fragentyp hybrid kategorial	Fragentyp Likert-Fragen
44	7	14	20

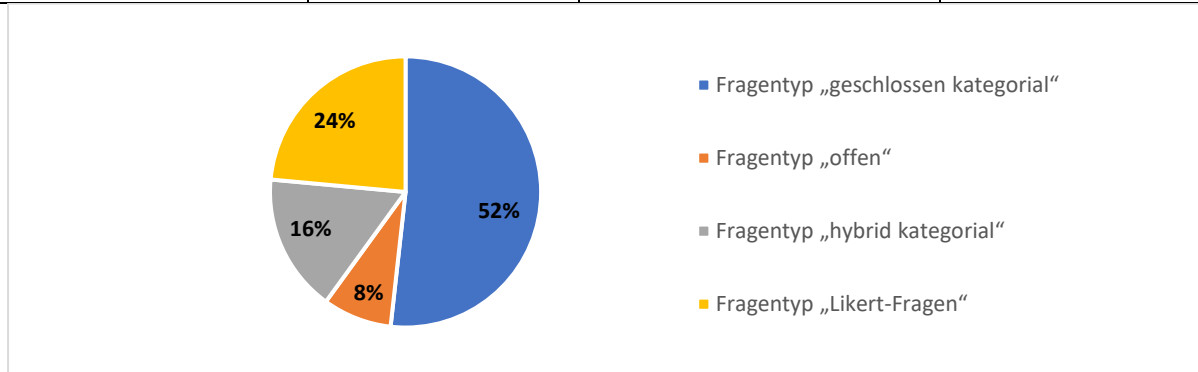


Abbildung 8: Verteilung der Fragetypen in der finalen Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

Der überwiegende Teil wurde durch die anwesenden *facilitators* bereits während der Erhebung übersetzt (RESCH u. ENZENHOFER 2018: 131–147; ENZENHOFER u. RESCH 2012: 222). Technisch bestand der Fragebogen aus 85 Fragen in 6 Kategorien (General Statistical Questions, Job related questions, Questions about Geoparks, Questions about vehicles, Questions about property, Questions about COVID-19; vgl. Abbildung 7). Hierbei setzen sich die Fragen aus den folgenden Kategorien zusammen: 44 Fragen sind vom Typ *kategorial geschlossen*, 7 vom Typ *offene Frage*, 14 vom Typ *hybrid kategorial* als Hybridfrage mit Auswahlmöglichkeit und Freitexteingabe. Kategorial in diesem Kontext bedeutet, dass für die Antwort mehr als 2 Antwortmöglichkeiten (dichotome Fragen)

gegeben sind (MATTISSEK ET AL. 2013: 80; SCHUMANN 2019: 59–61). Als Sonderfall enthält der Fragebogen 20 Fragen vom Typ *Likert*, diese orientieren sich am Likert-Verfahren und stellen eine Frage mit mehreren Antwortmöglichkeiten dar, die dazu verwendet werden, einen Sachverhalt einzuschätzen.

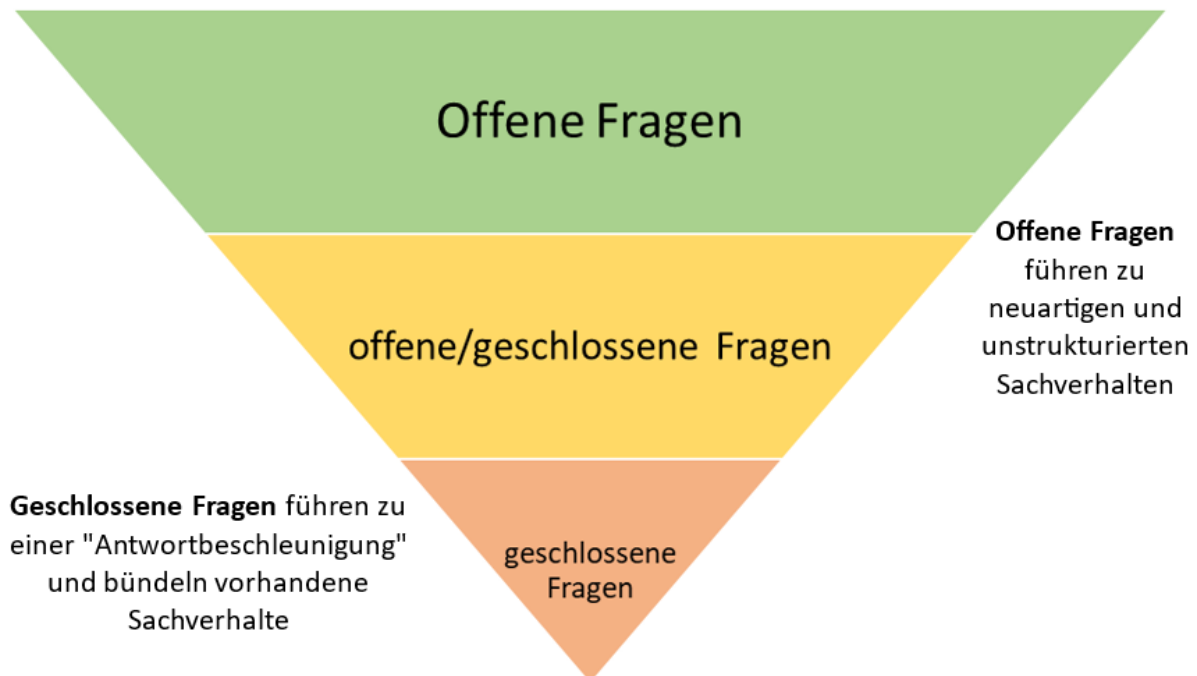


Abbildung 9: Der Interviewtrichter (Quelle: Eigene Darstellung nach LEHMANN 2022: 49)

Im vorliegenden Fall werden die persönlichen Gefühle des Befragten anhand von festgelegten Antwortbegriffen gegenüber einem Sachverhalt (Geoparks) abgefragt (SCHUMANN 2019: 37–38). Eine grafische Übersicht hierzu bildet Abbildung 8. Der Grund für die Wahl vieler Fragen vom Typ *geschlossen kategorial*, liegt darin begründet, dass die Ausfüllzeit bei dem langen Fragebogen verkürzt werden soll, damit sich die Befragten nicht aus Langeweile abwenden und der Interviewfluss nicht gestört wird (vgl. Abbildung 9). Der Fragebogen wurde mittels einer Paket-EDV-Lösung mit dem Namen *GrafStat* erstellt. Die Wahl fiel auf diese Software, da mit ihr nicht nur die Erstellung des Fragebogens (Online- und Offline-Version) möglich war, sondern auch die Daten bei der Erfassung direkt (mittels Touchscreenkompatibilität) in die Software eingegeben werden konnten.

Hinzu kommt, dass nach Eingabe der Daten ein in der Software integriertes Modul die Antworten zu den Fragen auswertet und grafisch aufbereitet. Dies erschien im Zuge der Erfassung und den Umständen im Ausland effektiv und auch datensichernd (DIENER 2024). Jeder Fragebogen enthielt in der Kopfzeile zusätzlich die Kontaktdaten (E-Mail-Adresse und Mobilfunknummer) des Autors und die von Prof. Dr. Nana Bolashvili von der TSU Tiflis, um

bei entsprechenden Rückfragen erreichbar zu sein und Vertrauen in die Validität des Fragebogens aufzubauen.

3.3.3. Stichprobengröße und -art

Die Stichprobengröße der Umfrage basiert auf einer Grundgesamtheit $N = 100$. Die Größe der Grundgesamtheit ergibt sich aus der Anzahl der Siedlungen in der Svaneti. Svaneti besteht heute aus der Munizipalität Mestia in der Region Samegrelo-Zemo Svaneti (entspricht Obersvaneti) und der Munizipalität Lentekhi in der Region Racha-Lechkhumi (entspricht Niedersvaneti). Eine Munizipalität (englisch municipality, georgisch მუნიციპალიტეტის/ munitsip'alit'et'is) entspricht in etwa einer Gemeinde im deutschen Kommunalrecht (vgl. (LEGAL INFORMATION INSTITUTE 2024)). Hier befinden sich auf einer Fläche von ca. 4388 km² 197 bewohnte Siedlungen (BOLASHVILI ET AL. 2018: 8–9); siehe dazu auch die Übersichtskarte von Svaneti (Abbildung 11). Die Gesamteinwohnerzahl der Munizipalität Svaneti beträgt 2023 ca. 13.100 Einwohner, wovon alleine ca. 1800 Einwohner auf Mestia (Hauptort Munizipalität Mestia) und ca. 950 Einwohner auf Lentheki (Hauptort Munizipalität Lentheki) entfallen (GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023), dies entspricht einer Bevölkerungsdichte von ca. 2,98 Einwohnern/km² in ganz Svaneti.

Rechnerisch beträgt die Einwohnerzahl jeder Siedlung in Svaneti ca. 67 Einwohner. Erfahrungsgemäß kann eine Einwohnerzahl von 100 für die Grundgesamtheit festgelegt werden, ohne das Ergebnis maßgeblich zu verfälschen. Es berücksichtigt werden muss, dass die Einwohnerzahlen zum Einen rechnerisch als Durchschnitt ermittelt wurden und außerdem gelegentlich die nominelle von der realen Einwohnerzahl abweicht. Dies kommt daher, dass erfahrungsgemäß die Einwohnerzahl in den Siedlungen im Sommer (z.B. durch Verwandtschaftsbesuch aus anderen Teilen Georgiens) positiv nach oben abweichen. Dem aufmerksamen Leser wird aufgefallen sein, dass die Gesamtfläche bzw. Gesamtbevölkerung für die Ermittlung der Grundgesamtheit der von Gesamtsvaneti entspricht. Dies ist kein Fehler. Denn wie im Hauptarbeitsgebiet Mestia in Ober-Svaneti, hat auch die Bevölkerung in Nieder-Svaneti ähnliche Voraussetzungen; zudem fahren viele Einwohner aus Nieder-Svaneti regelmäßig nach Mestia, so dass auch für die Befragung Personen aus Nieder-Svaneti in Frage kommen. Basierend auf der Grundgesamtheit $N=100$ wird zur Ermittlung der minimalen Stichprobengröße die Formel aus Abbildung 10 genutzt. Hierbei steht n für den minimal erforderlichen Stichprobenumfang für eine endliche Grundgesamtheit (MOSSIG 2012: 21).

$$n \geq \frac{N}{1 + \frac{(N-1) \times \varepsilon^2}{z^2 \times P \times Q}}$$

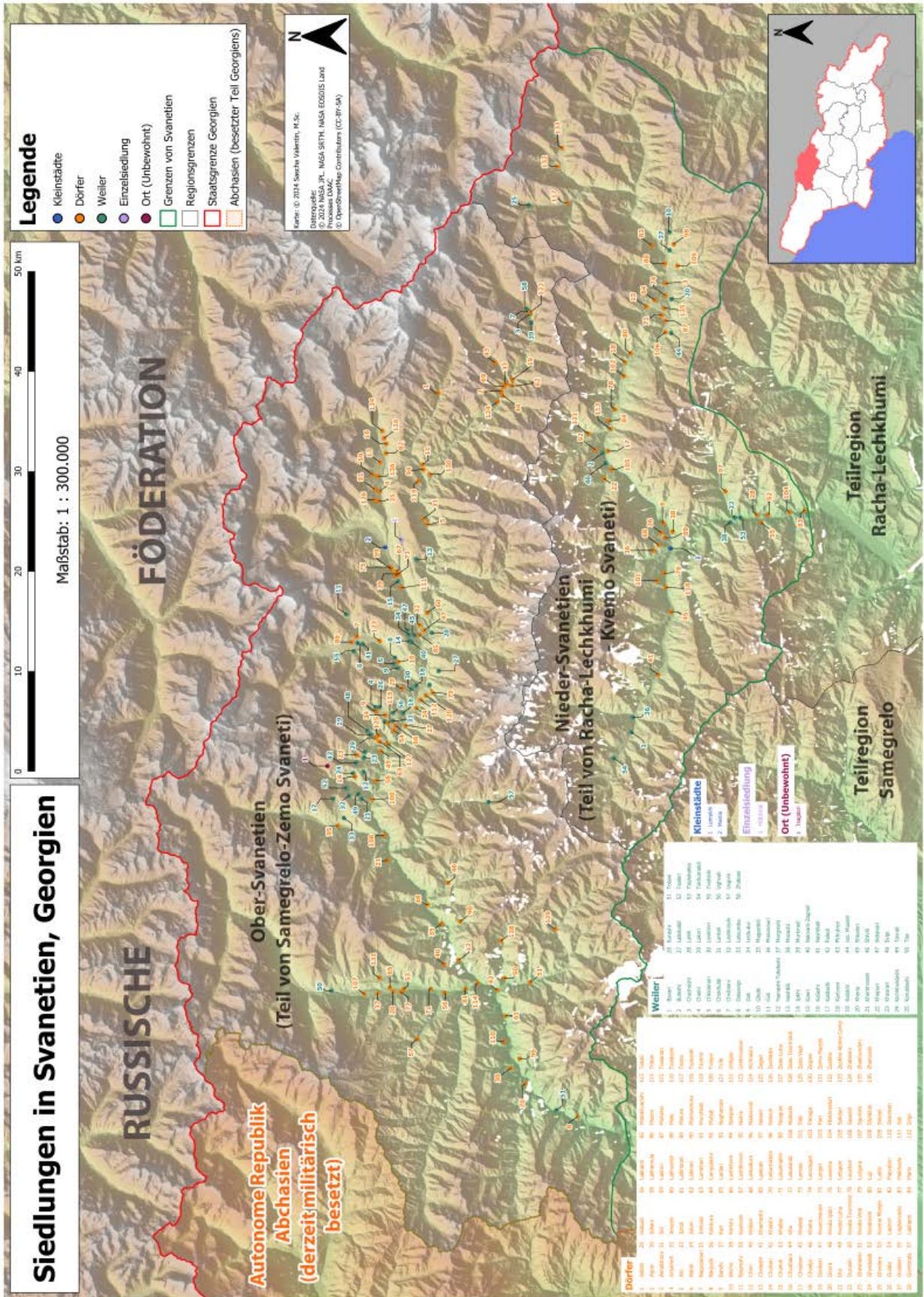
Abbildung 10: Formel zur Berechnung der minimalen Stichprobengröße der Befragung mittels Fragebogen. (Quelle: Eigene Darstellung nach MOSSIG 2012).

Hierbei entspricht N der Elemente der Grundgesamtheit, ε dem gewählten tolerierten Fehler, z dem aus der zentralen Wahrscheinlichkeit der Standardnormalverteilung berechneten Wert der gewählten Sicherheitswahrscheinlichkeit, P dem tatsächlichen Mittelwert der Grundgesamtheit bzw. dem prozentualen Anteilswert an der Grundgesamtheit und Q entspricht $1-P$. Somit ergibt sich für die Berechnung des minimal erforderlicher Stichprobenumfangs für eine endliche Grundgesamtheit n ein Wert von 0,5 (MOSSIG 2012: 21).

$$62,5 \geq \frac{100}{1 + \frac{(100-1) \times 0,5^2}{1,65^2 \times 0,5 \times 0,5}}$$

Die Fehlertoleranz liegt bei 5% ($\varepsilon = 0,5$). Die verwendete Sicherheitswahrscheinlichkeit wird in diesem Fall auf 90% festgelegt, eine genauere Vorhersagewahrscheinlichkeit ist zwar möglich, aber nur durch erheblichen Mehraufwand zu ermitteln und steht in keiner Relation zum Ergebnis. Daher wurde eine statistische Genauigkeit von 90% als ausreichend erachtet.

Die verwendete Sicherheitswahrscheinlichkeit 1,65 entspricht $D(z) = 9011$ (ca. 90%) ist entnommen aus (BAHRENBERG ET AL. 2017: 224–225). Das bedeutet, dass die minimale Größe der Stichprobe der Umfrage 62,5 d.h. 63 Personen betragen muss. Dies entspricht ebenfalls der tatsächlichen Größe der Stichprobe. Als Art der Stichprobe wurde das sog. Quotenverfahren gewählt (siehe Abbildung 12). Da etliche Merkmale der Grundgesamtheit bereits durch die dem Autor vorliegenden statistischen Daten der nationalen georgischen Statistikbehörde GEOSTAT bekannt sind, kann mithilfe des Quotenverfahrens ein bestimmter Pool an *Elementen* ausgewählt werden. Auch wenn die Auswahl immer noch teilweise zufällig erfolgt, kann doch aufgrund der Herkunft der befragten Personen in Verbindung mit den statistischen Daten von GEOSTAT auf eine repräsentative Verteilung geschlossen werden (BEREKOVEN ET AL. 2009: 49; MAYER 2013: 63–65; SCHUMANN 2019: 98; MATTISSEK ET AL. 2013: 60–61; KROMREY ET AL. 2016: 271).



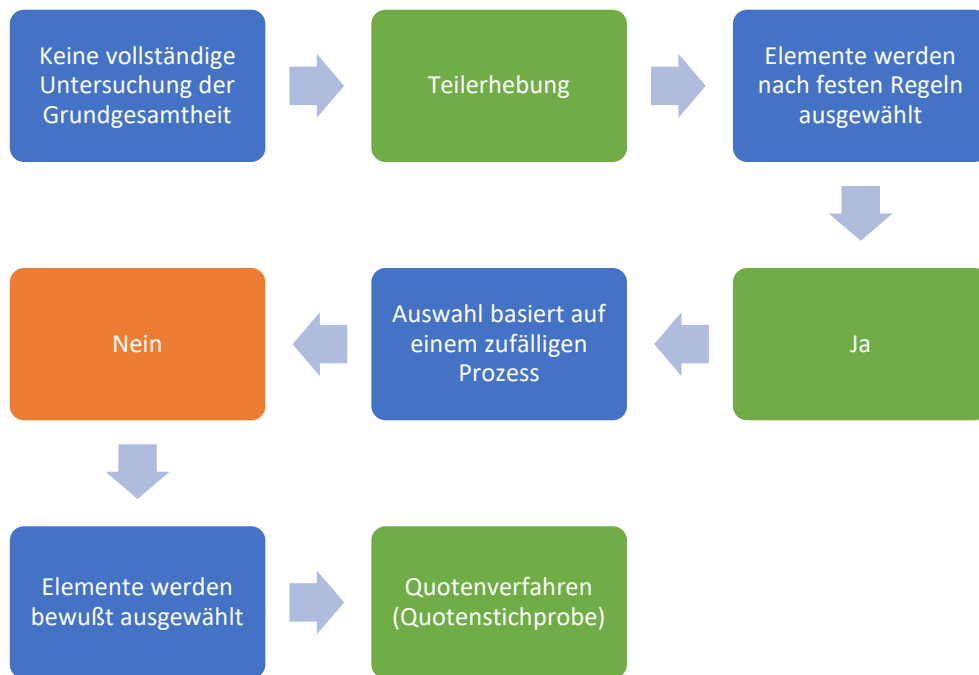


Abbildung 12: Entscheidungsbaum zur Wahl des Verfahrens zur Ziehung von Stichproben (Quelle: Eigene Darstellung)

Auf einen Quotierungsplan wurde verzichtet, da der Autor bei der persönlichen Ausfüllung (face-to-face) immer anwesend ist, die Ausfüllassistenten wurden auf die zu beachtenden Merkmale hingewiesen (BEREKOVEN ET AL. 2009: 50). Dieses Verfahren wird beispielsweise in der Marktforschung seit Jahren erfolgreich angewandt. Weil auch diese Befragung Inhalte enthält, die einer Marktforschung gleichkommen, wird die Anwendung des Quotenverfahrens als legitim erachtet. Bekräftigt wird die Auswahl durch die Aussage aus BERKOVEN ET AL. (2009: 51):

„Wenngleich die Stichhaltigkeit dieser Einwände keineswegs in Frage steht, so bleibt aber entgegenzuhalten, dass sich das Quota-Verfahren vielfältig bewährt und in einer Reihe von Vergleichstests den Random-Verfahren als ebenbürtig erwiesen hat, zumal ja letztere auch nicht frei von durchführungstechnischen Schwächen sind.“

3.3.4. Pretest

Aufgrund dieser Situation wurde vom Autor ein Pretest durchgeführt. Bei dieser Vorabüberprüfung des eigentlichen Fragebogens soll festgestellt werden,

Methodik	Verständlichkeit	Persönliche Motive
<ul style="list-style-type: none">• Ausreichende Antwortenvariation• Kontinuität des Fragenablaufes• Logische Fragenkonstruktion• Effekte der Fragenanordnung• Korrekte Kategorisierung der Fragen	<ul style="list-style-type: none">• Fragenverständnis durch Befragten• Schwierigkeitsniveau für den Befragten• Gibt es überflüssige Fragen• Ist die Beantwortung der Fragen generell möglich• Eindeutige / einfache Formulierung	<ul style="list-style-type: none">• Interesse des Befragten• Aufmerksamkeit des Befragten• Dauer der Befragung• Gesamtinteresse des Befragten an der Befragung• Mögliche Belastungen des Befragten• Mögliche sensitive Themen / Provokation des Befragten

Abbildung 13: Überprüfungsfragen zum Pretest. Quelle: (Eigene Darstellung nach SCHNELL 2019: 123, LEHMANN 2022: 111-112)

ob der entwickelte Fragebogen bestimmten qualitativen Kriterien entspricht, damit verhindert wird, dass man im späteren Befragungsbogen auf keine Hindernisse oder Ungereimtheiten wie z.B. unklare Formulierungen trifft (LEHMANN 2022: 111; MATTISSEK ET AL. 2013: 88).

Im Rahmen der Überprüfung wurde der Fragebogen gemäß der Überprüfungsfragen aus Abbildung 13 auf seine Tauglichkeit getestet. Eine besondere Herausforderung stellte der zeitliche Druck dar. Das Zeitfenster zwischen Pretest und Befragung umfasste durch mehrere unverschuldete, aber notwendige Verschiebungen im Zeitplan einen Zeitraum von unter acht Wochen. Der Pretest wurde einer Testgruppe von 30 Personen vorgelegt, was der Hälfte der Anzahl entsprach, die insgesamt befragt werden sollten. Die Personen setzen sich altersmäßig und nach Ihrer Herkunft genauso zusammen, wie dies von der Befragungsgruppe erwartet wurde. Hierbei ist zu erwähnen, dass aufgrund der räumlichen Distanz je 50% der Testbefragungen online und persönlich (also 15 je Verfahren) durchgeführt wurden. Als Grundlage des Pretests wurde der Fragenbogen(roh)entwurf verwendet (SCHNELL 2019: 129-130). Aufgrund der eher kleinen Testgruppe und des geschilderten Zeitdruckes wurde auf einen weiteren Pretest verzichtet, da der Entwurf (und somit der Pretest) bereits den *Feldbedingungen* entsprach und somit ein Standard-Pretest

durchgeführt werden konnte (LEHMANN 2022: 113). Hier wurden nach Abschluss des Pretests die gewonnen Erkenntnisse eingearbeitet und der Fragebogen zur Nutzung im Feld bzw. in seiner Online-Variante freigegeben.

3.3.5. Praktische Durchführung der Befragung

Die Durchführung der Befragung erfolgte im August 2022 ebenso wie die Verteilung des Online-Fragebogens. Der Zeitpunkt wurde aus zwei Gründen gewählt: zum Einen befand sich der Autor zu dieser Zeit noch vor Ort im Untersuchungsgebiet, zum Anderen bot sich der Zeitpunkt an, da dies die erste touristische Hauptsaison nach Beendigung der COVID-19-Pandemie war und man Befragungen fast unter Realbedingungen (also nicht von der Pandemie akut verzerrt) durchführen konnte. Sicher waren die Auswirkungen der Pandemie noch zu spüren, aber aus diesem Grund wurde die Befragung ja vornehmlich durchgeführt. Die Vorort-Befragung wurde in Mestia am Seti-Platz (georgisch სეტის მოედანი / Setis Moedani), dem zentralen Platz, an dem sich auch die Munizipalitätsverwaltung befindet, durchgeführt (vgl. Abbildung 14).



Abbildung 14: Stelle, an welcher der Befragungstand aufgebaut wurde. Im Hintergrund ist die Munizipalitätsverwaltung von Mestia zu erkennen. (Quelle: Eigenes Foto, Teilmontage).

Der Grund für die Ortswahl lag in der guten Erreichbarkeit sowohl für Fußgänger, Nutzer des öffentlichen Verkehrs und des Individualverkehrs. Ein weiterer Vorteil ist der rege Passantenverkehr auf dem Platz, so dass die möglichen interviewten Personen einfach erreicht werden konnten. Zur Akquise von befragungswilligen Passanten wurde ein einfaches gedrucktes PVC-Banner genutzt (siehe Abbildung 15). Der QR-Code auf dem Banner enthielt den Link zur Online-Umfrage. Mit vor Ort waren drei Ausfüllassistenten, die sich aus Freunden und Bekannten des Autors rekrutierten. Die Interviews wurden, wenn gewünscht, als klassisches *Face-to-Face*-Interview geführt, da der persönliche Kontakt mit den Befragten als sehr wichtig erachtet wurde (SCHNELL 2019: 177–179; MATTISSEK ET AL. 2013: 92). Andere besondere Werbung wurde nicht verwendet. Die Erlaubnis zur öffentlichen Befragung wurde bereits am Interviewtermin mit dem Bürgermeister eingeholt.

In Kenntnis des Verhaltens und der kulturellen Eigenschaften der Einwohner der Munizipalität Mestias (und auch der Bevölkerung Svanetis generell) war dem Autor bewusst, dass für eine Befragung ein Anreiz notwendig war, insbesondere in den älteren Bevölkerungsschichten, denn auch in Georgien ist gelegentlich *Zeit auch Geld* auch wenn das Leben allgemein gemütlicher als in der Bundesrepublik Deutschland erscheint. Daher wurde ein Betrag von 30 GEL (etwa 10 € zum damaligen Wechselkurs (1 € = 2,78 GEL, (OANDA FX DATA SERVICES 2024))) pro ausfüllende Person und vollständigem Fragebogen auslobt, um die investierte Zeit zu kompensieren. Interessenten wurden vorher Online, per Informationsblatt oder mündlich über die Teilnahmebedingungen informiert. So mussten die Teilnehmer zwingend Berührungspunkte mit dem Tourismus haben – andernfalls war die Teilnahme nicht möglich.

So galten zum Beispiel Teilnehmer, die im Tourismus ein abhängiges (das heißt zum Unterhalt der eigenen Existenz und nicht zur bloßen Vermögensvermehrung) Einkommen erwirtschafteten als primäre Zielgruppe. Hierzu zählt auch die Versicherung der sog. *Konsequenzlosigkeit*, d.h. dass die wahrheitsgemäß abgegebenen Antworten keine persönlichen Konsequenzen für die Interviewten (z.B. strafrechtliche Konsequenzen) nach sich ziehen (SCHNELL 2019: 181). Die Antworten werden streng vertraulich behandelt bzw. vor Nutzung vollständig anonymisiert, so dass Rückschlüsse auf die Person praktisch nicht mehr möglich sind. Diese Überzeugungsarbeit ist (leider) notwendig, gerade ältere Generationen geben nicht selbstverständlich (sensible) Informationen preis, sind doch bei Vielen die historischen Umstände der ehemaligen UdSSR und der Umgang mit Kritik oder

eigener Meinung noch sehr präsent. Hier konnte man Antworten nur durch Vertrauensaufbau gewinnen.

Vertrauensfördernd wirkte sich aus, dass der Autor als Deutscher von einer deutschen Universität kam und Deutschland an sich bisweilen noch ein recht hohes Ansehen in Georgien genießt. Auch die Erklärung nicht mit georgischen Staatsorganen zu kollaborieren trug sicher einen Teil zum Vertrauen bei. Die Befragten wurden nach vollständigem Ausfüllen oder nach Beendigung des Fragebogens durch die Ausfüllassistenten oder den Autor in bar ausbezahlt unter der Voraussetzung, dass weniger als 25% der Fragen mit der Option „Keine Antwort“ beantwortet wurden. Zudem mussten die Teilnehmenden den Betrag mit Unterschrift quittieren, um Doppelauszahlungen zu vermeiden. Für Teilnehmer an der Online-Befragung galten die gleichen Bedingungen. Hier wurden elektronisch die ausgefüllten Fragebögen überprüft, um ein vollständiges Ausfüllen sicherzustellen. IP-Blocker und Namensüberprüfung mittels Mobilfunknummer und Bankdaten stellten praktisch sicher, dass eine Person die Umfrage nur einmal ausfüllen konnte.



Abbildung 15: Mockup des Banners zur Akquise von potenziellen Befragungskandidaten. Der Text lautet übersetzt: „Nehmen Sie an einer Befragung zum Thema Tourismus und die Folgen durch COVID-19 teil.“ Der Text in Klammern lautet: „30 Lari für jeden Teilnehmer und vollständig ausgefüllte Umfrage“. Der Text unter dem QR-Code lautet: „Scannen, um zur Online-Umfrage zu gelangen“. Der hier abgebildete QR-Code ist aus Datenschutzgründen funktionslos. (Quelle: Eigene Darstellung, Mockup).

Im Anschluss an die vollständige Umfrage wurde eine Mobilfunknummer angegeben, an welche die Teilnehmer nach Überprüfung des Fragebogens durch den Autor ihre (georgischen) Bankdaten schicken konnten. Das Geld wurde mittels eines Kontos bei der Bank of Georgia überwiesen. Das Gesamtbudget belief sich auf 2000 GEL (etwa 720 €).

3.4. Teilnehmende Beobachtung

Auf dem Gebiet der Datenerhebung gibt es eine Vielzahl von bewährten und angewandten Methoden, davon einige mehr theoretisch behaftet und andere wiederum eher praktischerer Natur. Eine der geographischsten angewandten Methoden ist die Teilnehmende Beobachtung. Die Beobachtung von Menschen und den Vorgängen, denen

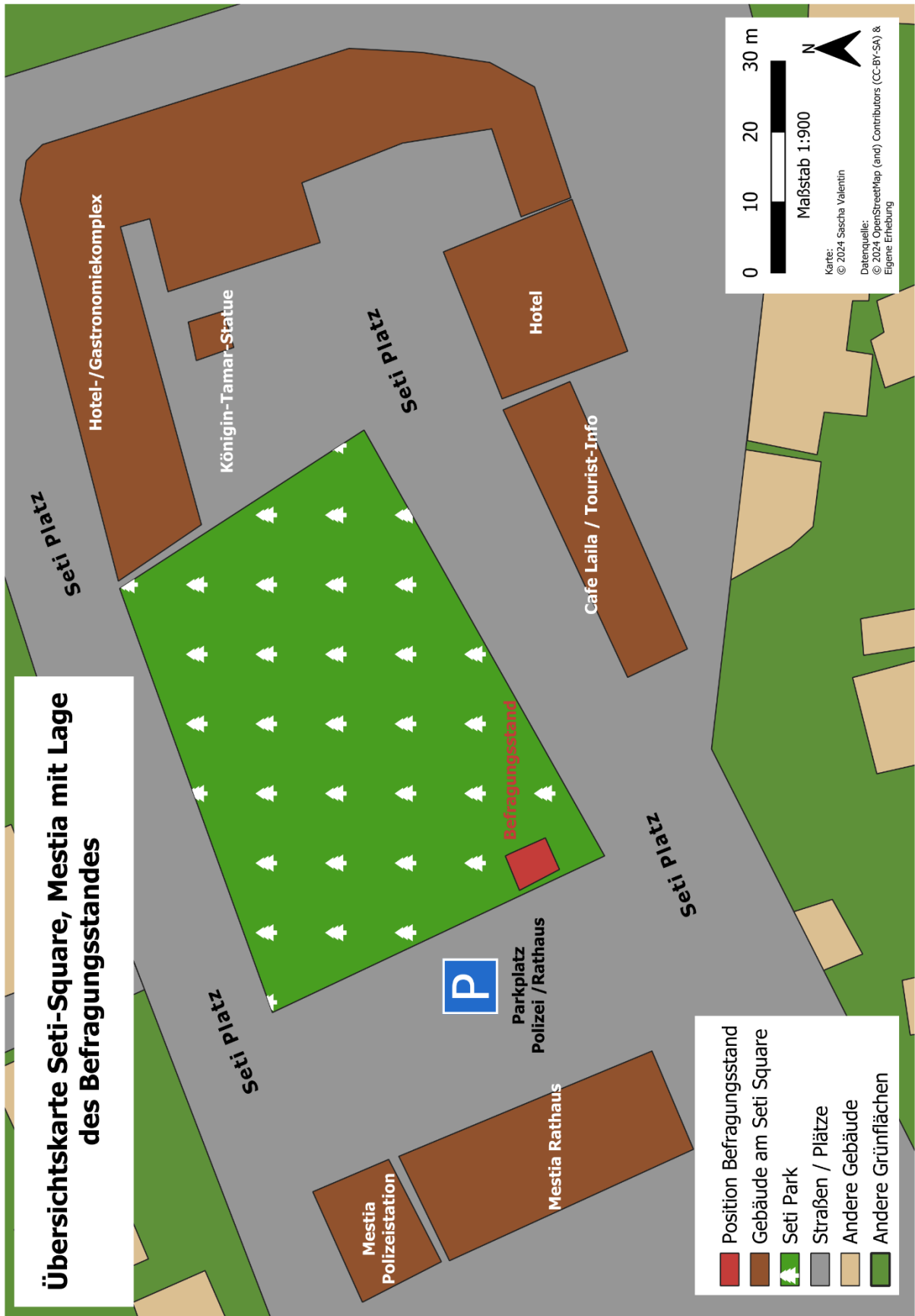


Abbildung 16: Karte des Seti Platzes in Mestia, Svaneti mit dem Standort des Befragungsstandes (Quelle: Eigene Darstellung)

Sie nachgehen, ist auch ohne wissenschaftlichen Hintergrund oder wissenschaftliches Interesse bereits eine sehr faszinierende Tätigkeit. Das Ganze dann aber im professionellen Sinn mit wissenschaftlichen Ansprüchen durchzuführen gibt einem noch einen ganz anderen Eindruck von dem, was man erfährt. Dies ist vor allem deswegen so, da man mit wissenschaftlicher Intention einen anderen Blick für zahlreiche Dinge entwickelt.

Als die Idee zu dieser Arbeit aufkam, waren viele Dinge (vom Ablauf über die Themenfindung bis hin zur Ausführung) unklar. Eine Sache jedoch stand schon fest, bevor die erste Forschungsfrage formuliert wurde: Unter allen verschiedenen Elementen die ein Unterfangen, wie diese Arbeit mit sich bringt, war klar, dass eine Beobachtung vor Ort stattfinden muss – idealerweise nicht als Tourist, sondern, wie zuvor bereits geschehen, als integrativer Bestandteil einer bestimmten Gruppe. Bei den ersten Aufenthalten in Georgien ging es dem Autor weniger um die Beobachtung an sich, als vielmehr um den praktischen Erkenntnisgewinn in einem Land, das er im Rahmen eines studentischen Austausches des DAAD für knapp zwei Wochen besucht hatte.

An dieser Stelle sei Frau Prof. Dr. Ketevan Gurchiani von der Ilia State University in Tbilisi Dank dafür ausgesprochen, dass sie sich Zeit für die nicht enden wollenden Fragen eines deutschen Geographiestudenten genommen hat. Daraus resultiert eine immer noch bestehende Freundschaft. Zudem bestand zu diesem Zeitpunkt noch kein großes Interesse, sich mit Georgien als Land überhaupt auseinanderzusetzen. Die Initialzündung für das wissenschaftliche Forschungsinteresse an Georgien erwachte *vor Ort* durch die bloße Konfrontation mit einer fremden Welt. Die Fülle an Fragen und der Wunsch, Unbekanntes auszuprobieren, ist sicher nachvollziehbar. Als es klar wurde, dass für die Arbeit bestimmte Daten und Eindrücke notwendig waren entschied sich der Autor über die Dauer von drei Jahren (2019, 2021 – 2022) wenigstens ein Viertel pro Jahr im Zielland Georgien zu verbringen. Leider machte ihm die aufkommende COVID-19-Pandemie in 2020 einen erheblichen Strich durch die Rechnung, so dass kurzfristig die geplanten Aufenthalte umgeplant werden mussten. Die Aufenthalte mussten aus praktischen Gründen zumeist im Sommer (Semesterferien und touristische Hauptsaison) stattfinden.

Allerdings hat der Autor Georgien zusätzlich im Frühling wie auch im Winter besucht. Maßgeblich für den wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn bleiben aber die Aufenthalte im Sommer. Die Forschungen in Georgien lassen sich verschiedenen Regionen zuordnen, wengleich bei jedem Aufenthalt die Hauptforschungsregion Svaneti und aus logistischen

Gründen (v.a. als Standort der TSU) Tbilisi besucht wurden. Von Tbilisi aus fanden dann viele Feldexkursionen im ganzen Land statt.

3.4.1. Warum eigentlich teilnehmende Beobachtung?

Teilnehmende Beobachtung ist eine Forschungsmethode, die in der Ethnologie sehr verbreitet ist. Für den Autor schien diese Methode zunächst keine große Relevanz zu haben, da er hauptsächlich in Deutschland (also dem kulturellen Raum, in dem er sozialisiert wurde) arbeitete und auch sonst keine Verwendung für eine teilnehmende Beobachtung gehabt hätte. Spätestens aber mit dem Aufbruch nach Georgien änderte sich nun auch die Sachlage dramatisch. Es war klar, dass der Autor, um authentische Informationen zu gewinnen, die über Kontakte in der Universität hinausgingen, einen neuen Weg beschreiten musste. Er musste mit den Leuten in Georgien in irgendeiner Weise zusammentun und zwar trotz der Sprachbarriere und trotz der völlig unterschiedlichen gesellschaftlichen Auffassungen, die gegenüber bestimmten Themen (so auch dem Tourismus) bestehen. Mit Bezug auf den eigenen Hintergrund würde eine Integration schon deshalb schwierig werden, da der Autor aus einem vollkommen anderen sozialen Hintergrund und Kontext stammte und Georgien bisher als den *exotischen Rand Europas* wahrgenommen hatte. In der Folge scheute der Autor weder Kosten noch Mühen und mietete sich sowohl in Tbilisi als auch in Svaneti (sowie in anderen Teilen Georgiens) gezielt bei Einheimischen in Privathäusern ein. Eine Übersicht der im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung besuchten Orte finden sich in Abbildung 17. Diese Privathäuser wurden einerseits bereits zum überwiegenden Teil touristisch vermietet, andererseits kam hier ein praktischer Aspekt hinzu, da die Vermieter durchweg Englisch sprachen und so bei administrativen Fragen besser und schneller helfen konnten als das in einer Wohnung mit rein georgisch sprachigem Vermieter der Fall gewesen wäre.

Zudem ist anzumerken, dass es für den Autor im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung faktisch unmöglich gewesen wäre, während seiner Aufenthalte die georgische Sprache zur Konversationsreife zu erlernen. Nachdem die Rahmenbedingungen geschaffen waren, stand der teilnehmenden Beobachtung nichts mehr im Wege. In der Folge wird sich zeigen, dass die durchgeführte teilnehmende Beobachtung durchaus Erkenntnisse zu Tage gefördert hat, die dem Autor unter normalen Umständen sicher verwehrt geblieben wären. Insbesondere aus informellen Gesprächen, die sich über die Zeit entwickelten (z.B. durch besseres Kennenlernen des Gegenübers), konnten viele wichtige Informationen extrahiert werden. Wichtig bei informellen Gesprächen ist zudem die Atmosphäre, in der Regel eine

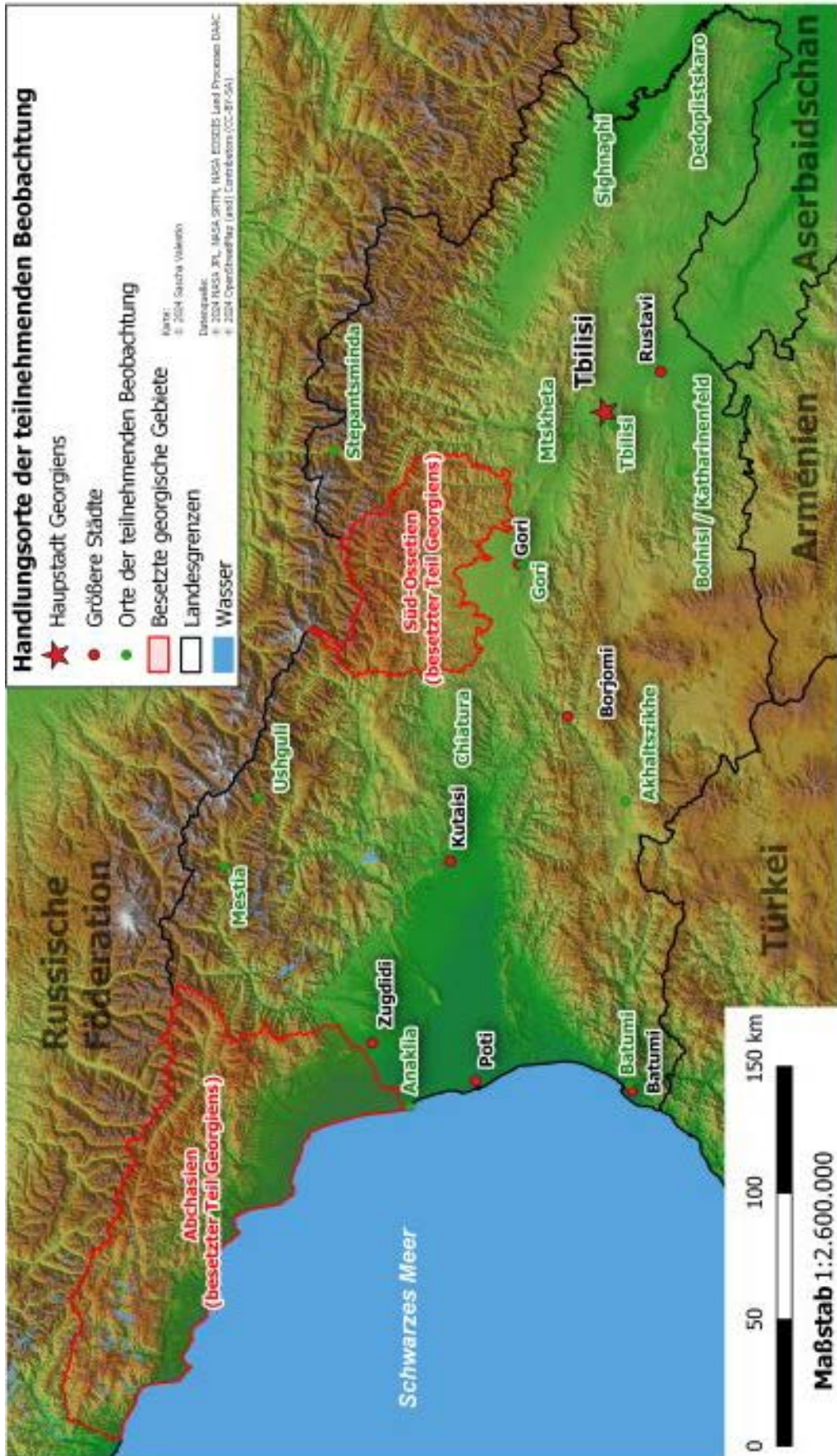


Abbildung 17: Karte der besuchten Orte im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung (Quelle: Eigene Darstellung)

friendly conversation, die sich als informelle Unterhaltung herausstellt und sich damit auch selbst trägt, ähnlich der Konversation mit einem guten Bekannten aus dem privaten Umfeld (BREIDENSTEIN ET AL. 2013: 80; SPRADLEY 1979: 55–58). Dies ist auch ganz natürlich, da informelle Gespräche zuweilen einen höheren Informationsgehalt aufweisen als künstlich geschaffene Interviewsituationen, die die Gesprächspartner immer in eine Drucksituation versetzen und somit die Atmosphäre des Gespräches beeinflussen. Hierzu stellt SPITTLER (2001: 8) heraus:

„Will man artifizielle Interviewsituationen mit ihren unvermeidlichen Verzerrungen vermeiden, dann muss man sich stärker auf natürliche Gesprächssituationen konzentrieren. Diese setzen aber eine Teilnehmende Beobachtung voraus. Man kann solche Gesprächssituationen nicht beliebig initiieren, sondern muss auf günstige Gelegenheiten warten.“

Ein abschließender Hinweis zu den Personen, die während der Beobachtungsphase kontaktiert wurden, darf nicht fehlen. Eine vollständige Auflistung der Namen wird schon aus Gründen des Umfangs keinen Eingang in diese Arbeit finden, ebenso die gelegentlichen Bitten nach Anonymität und nicht zuletzt handfeste Datenschutzgründe stehen einer vollständigen Veröffentlichung im Wege. Einzelne Personen werden im Laufe der Arbeit namentlich benannt, andere werden anonymisiert oder anhand ihrer Berufsbezeichnung wiedergegeben. An den entsprechenden Stellen wird immer auf diese Personen als Informationsquelle verwiesen.

3.4.2. Die teilnehmende Beobachtung

Die Frage, worum es sich bei der teilnehmenden Beobachtung eigentlich handelt ist vielschichtig und nicht einfach zu beantworten. Nach der Sichtung mehrere Publikationen zum Thema habe ich eine grundsätzliche Definition gefunden, welche dieses Werkzeug gut allgemein umschreibt, dazu heißt es bei HADER U. LINDEMAN (1999: 148):

„Participant observation is based on the theory that an interpretation of an event can only be approximately correct when it is a composite of the two points of view, the outside and the inside. Thus the view of the person who was a participant in the event, whose wishes and interests

were in some way involved, and the view of the person who was not a participant but only an observer or analyst, coalesce in one final synthesis.“

Demnach besteht die in die teilnehmende Beobachtung involvierte Person grundsätzlich aus zwei Teilen, nämlich zum Einen dem Teilnehmer, der bestimmte Interessen hegt, und zum Anderen dem (nüchternen) Beobachter, der die Vorgänge aufnimmt. Beide verschmelzen zu einem kohärenten Ganzen, dem teilnehmenden Beobachter. Um mehr im geographischen Kontext zu bleiben, bieten sich zwei weitere Definitionen an, so zum Einen von DEWALT u. DEWALT (2011: 1):

„participant observation is a method in which a researcher takes part in the daily activities, rituals, interactions, and events of a group of people as one of the means of learning the explicit and tacit aspects of their life routines and their culture. “

Bei STEFAN wird die Datenerhebung in den Vordergrund gerückt. Die Dualität zwischen Teilnahme und Beobachtung ist eine wichtige Erkenntnis und stellt das Grundprinzip der gesamten Datenerhebung bei Anwendung dieser Methode dar (THOMAS 2019: 69):

„In der Teilnehmenden Beobachtung hat die Datenerhebung eine doppelte Ausrichtung: Einerseits geht es um die empathische Teilnahme an der Lebenspraxis, wie diese sich über Kultur, Sprache und Handeln auslegt, andererseits um die auf Distanz gehende Beobachtung von alltäglichen Gegebenheiten und Vorkommnissen im Forschungsfeld.

Bei der Teilnehmenden Beobachtung sind drei Faktoren grundsätzlich entscheidend, die sich aus der sozialen Situation heraus ergeben, in welcher sich Beobachter und beobachtete Person befinden. Diese OAA-Faktoren lauten: Ort, Akteur und Aktivität (nach SPRADLEY 1980: 78). Hierzu gibt weitere Faktoren die Sie aus Abbildung 18 entnehmen können.

Hierbei ist zu beachten, dass jeder dieser Faktoren in Kombination mit den anderen wirkt und nie alleine betrachtet werden sollte bzw. kann. Ein weiteres grundsätzliches Problem, welches bei der teilnehmenden Beobachtung und darüber hinaus auftreten kann, ist der sog. *going native*-Effekt. Hierbei handelt es sich um ein Problem, wenn der teilnehmende

Beobachter aus seiner Beobachterrolle ausbricht und sich sukzessive bis vollständig in die zu untersuchende Gruppe einfügt bzw. assimiliert. An diesem Punkt endet auch die Aufzeichnung von Beobachtungen und die Datengewinnung kommt zum Stillstand, da sich der Beobachter in seiner angenommenen Rolle verliert (GOLD 1958: 220–221; DEWALT u. DEWALT 2011: 22). Tatsächlich ist dieses Problem von realer Bewandnis. Auch der Autor hat ähnliche Tendenzen an sich selbst festgestellt, wenngleich in viel geringerer Stärke als im Fallbeispiel erläutert.

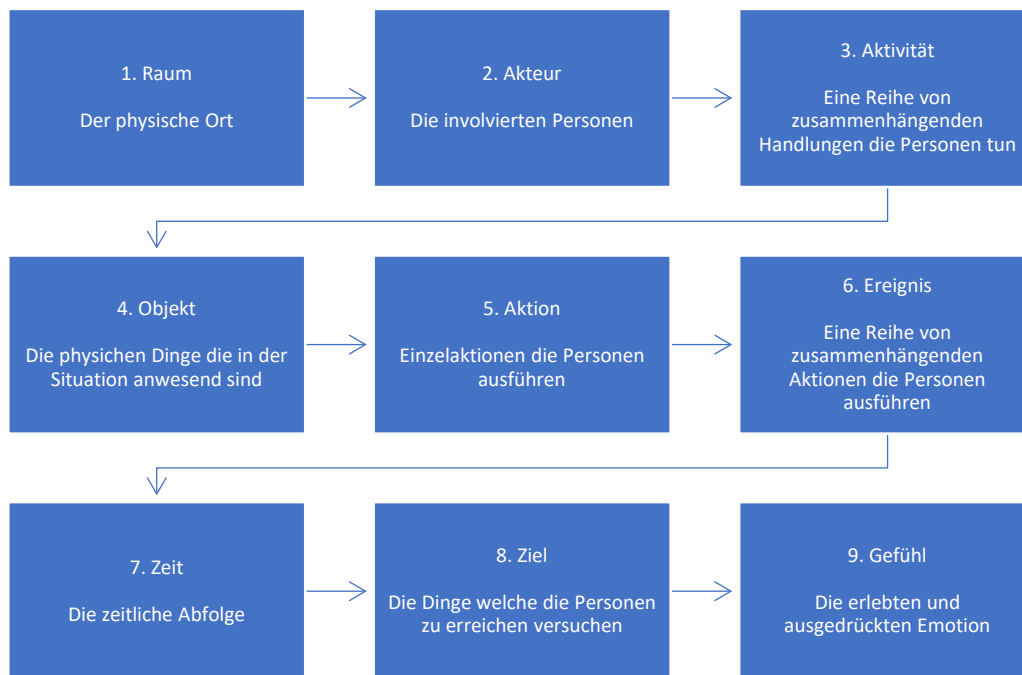


Abbildung 18: Der Ablauf und die Faktoren einer sozialen Situation im Zuge einer teilnehmenden Beobachtung (Quelle: Eigene Darstellung nach SPRADLEY 1980: 78).

Ein durchaus ernstzunehmendes Problem ist der stattfindende *Überrumpfungseffekt* einer fremden Kultur. Als Beispiel: Die Georgier sind traditionell ob ihrer Kultur sehr gastfreundlich und auch kommunikativ, eine Einstellung, die man Deutschen nicht nachsagen würde (auch wenn es natürlich hier ebenfalls gastfreundliche und kommunikative Menschen gibt). So kann es passieren, dass die Erfahrungen positiv konnotierte Begriffe wie *Gastfreundschaft* und *kommunikativ* jemanden, der dies kulturell nicht gewohnt ist, sich aber auf die Situation einlässt, möglicherweise gefällt und sogar in dieser neuen Umgebung (ob als Beobachterrolle oder als Person) aufgeht. Ab diesem Zeitpunkt wird die Person sich zur georgischen Kultur stärker hingezogen fühlen und möglicherweise seine kulturell angeeigneten Ansichten in den Hintergrund drängen, wenn nicht sogar verlieren. Hier findet ein Assimilationsprozess statt, der, wenn er nicht

unterbrochen wird, dafür sorgt, dass der ehemalige teilnehmende Beobachter seine eigentliche Tätigkeit der Beobachtung nicht mehr ausführen kann, da er bereits zu nahe

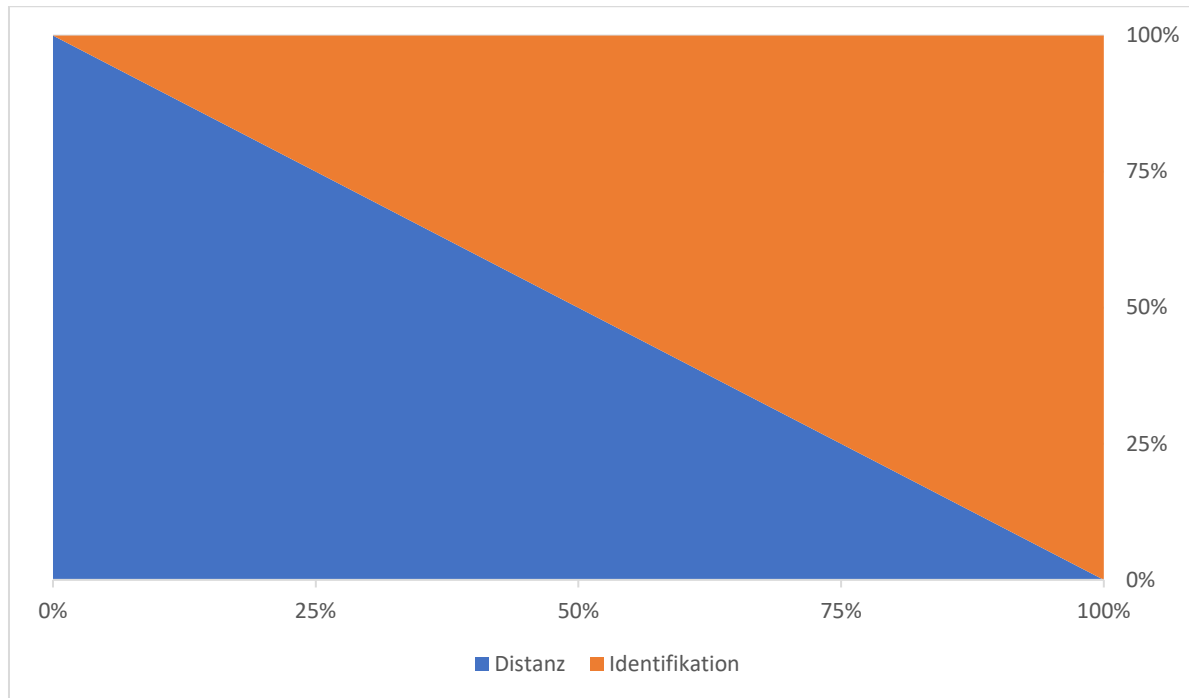


Abbildung 19: Verhältnis von Distanz zu Identifikation mit dem Untersuchungsobjekt während der Teilnehmenden Beobachtung. Liegt z.B. der Identifikationswert bei 100%, dann fällt der Distanzwert auf 0%, eine Distanz zwischen Beobachter und Objekt ist praktisch nicht mehr vorhanden. (Quelle: Eigene Darstellung nach LAMNEK u. KRELL 2010: 579).

an die beobachtete Gesellschaft herangerückt ist und sich nicht ohne weiteres (und ohne Bias) davon wieder lösen kann. Er sieht das Untersuchungsobjekt folglich nicht mehr mit der nötigen Distanz und die Datenerhebung ist verfälscht. Der Distanzgrad erreicht im Extremfall 0, was gleichbedeutend mit keiner Distanz mehr zum Untersuchungsobjekt ist (vgl. Abbildung 19). In diesem Fall können keine Verwertbaren Daten mehr gewonnen werden. vgl. auch Wahrnehmungsverzerrungen (LAMNEK u. KRELL 2010: 507) sowie Distanzschwierigkeiten (LAMNEK u. KRELL 2010: 574–581)).

3.4.3. Anwendung der teilnehmenden Beobachtung und Verlauf in der Praxis.

Da die teilnehmende Beobachtung an verschiedenen Orten durchgeführt wurde, musste im Sinne der Datenqualität und auch der Datenerhebung ein geeignetes Mittel gefunden werden, um die Beobachtungen zu verschriftlichen. Hierzu wurden zwei klassische Methoden verwendet, die zum Einen unaufwändig und zum Anderen leicht bereitzustellen waren: Es wurde ein loses Feldtagebuch geführt, die technisch einfachste Methode, um Notizen, Gedanken und Beobachtungen festzuhalten (vgl. BREIDENSTEIN ET AL. 2013: 86). Ein weiterer Vorteil, Stift und Notizbuch brauchen keine elektrische Energie und funktionieren

sowohl im Hochgebirge als auch in der Steppe. Die zweite Methode könnte auf den ersten Blick etwas martialisch anmuten und mehr an Spionage im Kalten Krieg als an geographische Feldforschung erinnern, aber der Autor wollte so viele Informationen wie möglich erfassen.

Es wurde ein Erfassungsbogen für die Dokumentation der teilnehmenden Beobachtung in Bezug auf die beobachteten Personen kreiert (s. Abbildung 20). Der Fragebogen erfasst neben einer Reihe genereller statistische Daten Angaben zu Herkunft im Sinne eines Ortes innerhalb Georgiens, Daten zur Berufstätigkeit, zu Sprachkenntnissen sowie die persönliche Beziehung zum Autor. Weil sich Aussagen zur persönlichen Beziehung erst im Laufe der Beobachtung ergeben, soll das Ausfüllen des Fragebogens sequentiell geschehen. Wichtig ist, dass am Ende im Idealfall eine verwertbare Datengrundlage geschaffen wird. Zusätzlich werden personelle Angaben zur Verbindung der beobachteten Personen mit dem Themenbereich Tourismus erfasst, hier hauptsächlich in Form von Arbeitsplätzen innerhalb des Tourismus, aber auch Abfragen zu Vermietungsaktivitäten, die ja auch in den Bereich des Tourismus fallen, wenn z.B. Wohnungen an Touristen vermietet werden. Dieser Teil ist insofern wichtig, als man anhand dieser Informationen herleiten kann, ob und wie jemand möglicherweise weitere Informationen zum Themenkomplex Tourismus beisteuern kann. Des Weiteren befindet sich auf dem Erfassungsbogen ein Feld für zusätzliche Notizen. Diese Notizen können alle nicht kategorisierte Informationen sein, welche die Person betreffen und aufzeichnungswürdig erscheinen. Dies kommt auch der generellen Vorgehensweise der teilnehmenden Beobachtung zu Gute, die im Falle des Autors aus drei Phasen bestand, Die Erste Phase besteht aus der *beschreibenden Beobachtung*, die im Grunde einer allgemeinen Beobachtung entspricht; man beobachtet alle Vorgänge, die um sich selbst herum vorgehen, ohne eine bestimmte Intention oder ein bestimmtes Beobachtungsziel ins Auge zu fassen. Die zweite Phase stellt die *fokussierte Beobachtung* dar; hier wird im Gegensatz zur ersten Phase bereits eine Art Vorauswahl getroffen, so dass Sachverhalte, die zu weit weg vom eigentlichen Themenfeld Tourismus sind, aus dem Beobachtungsfokus fallen. In der dritten und letzten Phase der *selektiven Beobachtung*, wird der Fokus noch einmal verengt, so dass man ganz spezifisch Sachverhalte beobachtet, die für das Thema von äußerster Wichtigkeit sind. Hierunter fällt zum Beispiel die gezielte Beobachtung eines Tourguides bei seiner Arbeit oder einem privaten Vermieter, der Räume an Touristen vermietet. Analog zu Abbildung 21 ist zu sagen, dass alle drei Phasen bis zum Ende der Forschung weiterlaufen, sich aber der Fokus auf die jeweilige Phase legt. Auch in Phase 3

werden beispielsweise ganz allgemeine Vorgänge im Beobachtungsfeld weiterhin wahrgenommen und auch notiert. Die gewonnenen Ergebnisse aus den gezielten

Allgemeiner Personenerfassungsbogen zur Teilnehmende Beobachtung Georgien

Kennlerndatum: _____ Ort: _____

Name: _____

Geschlecht: männlich weiblich

Alter: _____

Familienstand: ledig in Partnerschaft verheiratet

Wohnort: _____

Herkunftsort: _____

Funktion/Beruf: _____ Wird in Teilzeit ausgeübt /Nebeneinkommen

Arbeitgeber: _____

Sprachkenntnisse: Deutsch Englisch Georgisch Russisch Sonstige: _____

Sprachniveau: _____

Beziehung (pers.): Freund Bekannter Arbeitskollege Vermieterin Familienangehöriger

Sonstiges: _____

Verbindung zum Themenbereich Tourismus:

- Vermieter von fremdem Eigentum
- Vermieter von Privateigentum
- Tourguide / Fremdenführer Gruppen Einzel
- Tourorganisator Gruppen Einzel
- Fahrer (Taxi)
- Reiseunternehmer Gruppen Einzel
- Fahrer (Bus)
- Nationalparkverwaltung
- Administrativer Bereich (GNTA)
- Dienstleistungsbereich (Reisebüro, Gastronomiefachleute, etc.)
- Wissenschaftlicher Bereich (Universität etc.)
- Sonstiges: _____

Notizen:

Tägliche / Wöchentliche Einträge für den Alltagsablauf sind im Feldtagebuch zu verzeichnen.

Abbildung 20: Personenerfassungsbogen zur detaillierten Dokumentation von Beobachtungen an Personen. (Quelle: Eigene Darstellung nach (HOLLING ET AL. 1999: 137 u. BEER 2020: 68–69)

Beobachtungen von Personen und der allgemeinen Beobachtung der Situationen bzw. die Erkenntnisse daraus werden innerhalb der Arbeit in anderen Kapiteln näher diskutiert und

erörtert. Abschließend lässt sich sagen, dass diese erst- und einmalig vom Autor durchgeführte Untersuchung, unabhängig von den erhobenen Forschungsdaten, einen bleibenden Eindruck hinterlassen hat. Auch wenn die Zeit der

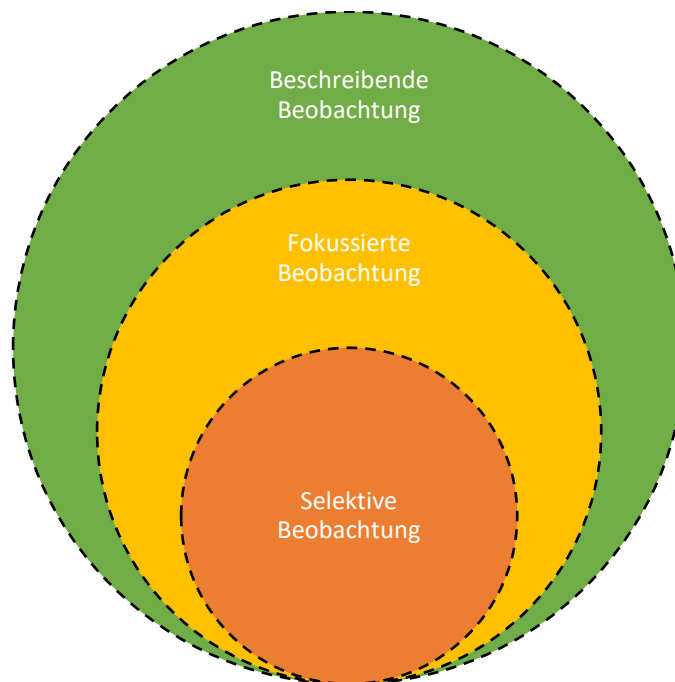


Abbildung 21: Die Teilnehmende Beobachtung in 3 Phasen: Am Anfang steht die beschreibende allgemeine Beobachtung, in der Zweiten Phase wird die fokussierte Beobachtung wichtiger und mündet schließlich in die dritte Phase der Selektiven Beobachtung, in der sich auf konkrete und weniger allgemeine Sachverhalte konzentriert wird. (Quelle: Eigene Darstellung nach SPRADLEY 1980: 34)

Beobachtung im Vergleich zu langjährigen ethnographischen Forschungsprojekten bescheiden kurz war, so war es doch eine intensive Erfahrung, die das Verhalten zu Georgien und seiner Bevölkerung bis heute prägt. So kommt es, dass man nach dem Ende der Feldforschung als Mensch wahrgenommen und nicht als Person betrachtet wird, die nur zu Studienzwecken im Land ist. Das hat auch menschlich große Vorteile.

4. COVID-19 in Georgien

4.1. **Tourismusboom und Pandemie: COVID-19 als Bremsklotz für Georgiens Tourismus? Lokale Auswirkungen der Pandemie am Beispiel von Svaneti**

Da es äußerst aufwendig und nicht zielführend wäre jeden einzelnen Aspekt der Befragung im Detail im Rahmen dieser Arbeit zu analysieren und zu erläutern hat sich der Autor dazu

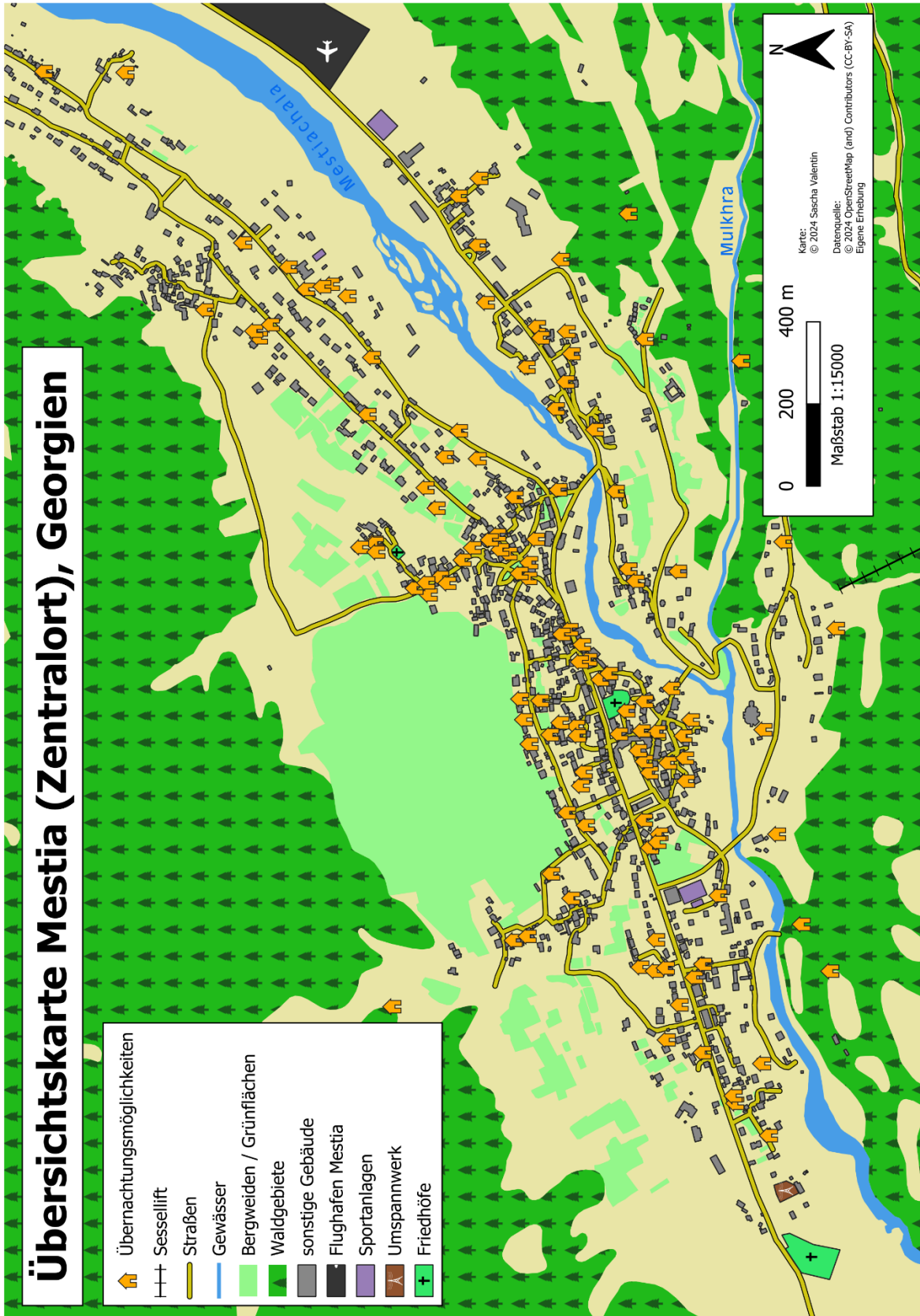


Abbildung 22: Übersichtskarte von Mestia (Quelle: Eigene Darstellung)



Abbildung 23: Mestia - Ansicht von Osten (Quelle: Eigenes Foto)



Abbildung 24: Mestia - Blick auf das Ortszentrum (Quelle: Eigenes Foto)

entschlossen, die signifikanten Ergebnisse insbesondere im Hinblick auf die ursprüngliche Untersuchungsregion Svaneti herauszuarbeiten und entsprechend darzustellen. Die Ergebnisse wurden grafisch in Form von Diagrammen und textlichen Erläuterungen aufbereitet. Die detaillierten Erklärungen finden im Textteil jedes Einzelergebnisses ihre Anwendung. Am Ende des Kapitels werden die Ergebnisse im Gesamtkontext zusammengefasst. Alle Befragungsergebnisse befinden sich zudem im Anhang zu dieser Arbeit.

Wie bereits im Kapitel *Methoden* angemerkt, haben an der Befragung in Mestia, dem Hauptort Svanetis (siehe Abbildung 22, 23 und 24), 60 Personen teilgenommen. Die Altersgruppen in der Befragung wurden nach dem Muster des von der GNTA verwendeten Altersschemas erstellt (GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2022a: 14).

Diese Altersgruppen gliedern sich in folgende Stufen: 15-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 sowie *and more*. Für die Befragung wurde die Gruppe der 15-17-jährigen Personen weggelassen, da keine befragte Person, dieses Altersmerkmal erfüllte. Ebenso wurden die GNTA Altersgruppen „45-54“ in „45-59“ und die GNTA Altersgruppe „55-64“ in „60 and older“ umgewandelt, um so eine bessere Darstellbarkeit der Diagramme und Ergebnisse

	18-24	25-34	35-44	45-59	60 und älter	keine Antwort	Summe
männlich	8	11	15	8	4	0	<u>46</u>
weiblich	2	4	5	2	1	0	<u>14</u>
Anderes	0	0	0	0	0	0	<u>0</u>
keine Antwort	0	0	0	0	0	0	<u>0</u>
Summe	<u>10</u>	<u>15</u>	<u>20</u>	<u>10</u>	<u>5</u>	<u>0</u>	<u>60</u>

Tabelle 2: Alters- und Geschlechtsverteilung der Befragung (Quelle: Eigene Darstellung)

zu gewährleisten. Die überwiegende Anzahl von Diagrammen wird nach dem Schlüssel *Geschlecht* ausgewertet, da der Tourismus in Georgien einen eher von Männern dominierten Sektor darstellt und die Anteile und Leistungen der Frauen am Tourismus im Rahmen des Möglichen *sichtbarer* gemacht werden sollen.

Wo es dem Autor sinnvoll erscheint, werden zusätzliche Auswertungen in Bezug auf Altersgruppen angeboten. Weitere Aufteilungen würden den Rahmen der Arbeit sprengen. Die Aufteilung der Altersgruppen bzw. der Geschlechterzugehörigkeit kann Tabelle 2

entnommen werden. Die Werte- und Prozentdarstellungen enthalten die Abbildungen 25 und 26. Es fällt auf, dass bei der Befragung weitaus weniger weibliche Teilnehmer (23,3%) als männliche (76,7%) mitgewirkt haben. Dieser Umstand kann zwar nicht restlos aufgeklärt werden, hängt aber vermutlich nicht mit der Bevölkerungsstruktur zusammen. Zum 01.01.2022 betrug die offizielle Einwohnerzahl Georgiens 3.688.647 Einwohner. Davon waren 1.769.995 männlich und 1.918.652 weiblich (NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2024b). Dies entspricht einem Verhältnis von etwa 1:1,08, d.h. dass der Anteil der weiblichen Bevölkerung leicht überwiegt. Da von offizieller Seite leider keine, nach

	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 und älter
männlich	8	11	15	8	4
weiblich	2	4	5	2	1
Anderes	0	0	0	0	0
keine Antwort	0	0	0	0	0

Abbildung 25: Diagramm zu Altersgruppen der Teilnehmer der Befragung in absoluten Zahlen (Quelle: Eigene Darstellung)

Geschlechtern getrennten Bevölkerungsdaten der Regionen Georgiens vorliegen, legt der Autor das oben genannte Verhältnis auch den Regionen zugrunde. Eine einfache Erklärung könnte sein, dass man durchaus mehr männliche Personen im öffentlichen Raum sieht als weibliche. Traditionell sind Frauen gerade in den georgischen Bergregionen viel stärker in den Haushalt bzw. die Landwirtschaft/Viehhaltung eingebunden, da Männer in den allermeisten Fällen eher (noch) einer Erwerbsarbeit nachgehen. Diese besteht vor allem in Svaneti häufig aus Tätigkeiten, die im Zusammenhang mit Tourismus stehen (z.B. als Fahrer) von daher erscheint es plausibel, dass man männliche Personen eher an belebten

	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 und älter
männlich	13,3%	18,3%	25,0%	13,3%	6,7%
weiblich	3,3%	6,7%	8,3%	3,3%	1,7%
Anderes	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
keine Antwort	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Abbildung 26: Diagramm zu Altersgruppen der Teilnehmer der Befragung in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung)

öffentlichen Plätzen findet, so auch am Standort der durchgeführten Befragung. Männer zeigten sich zudem eher bereit, mit dem Befragungsteam in Kontakt zu treten, während

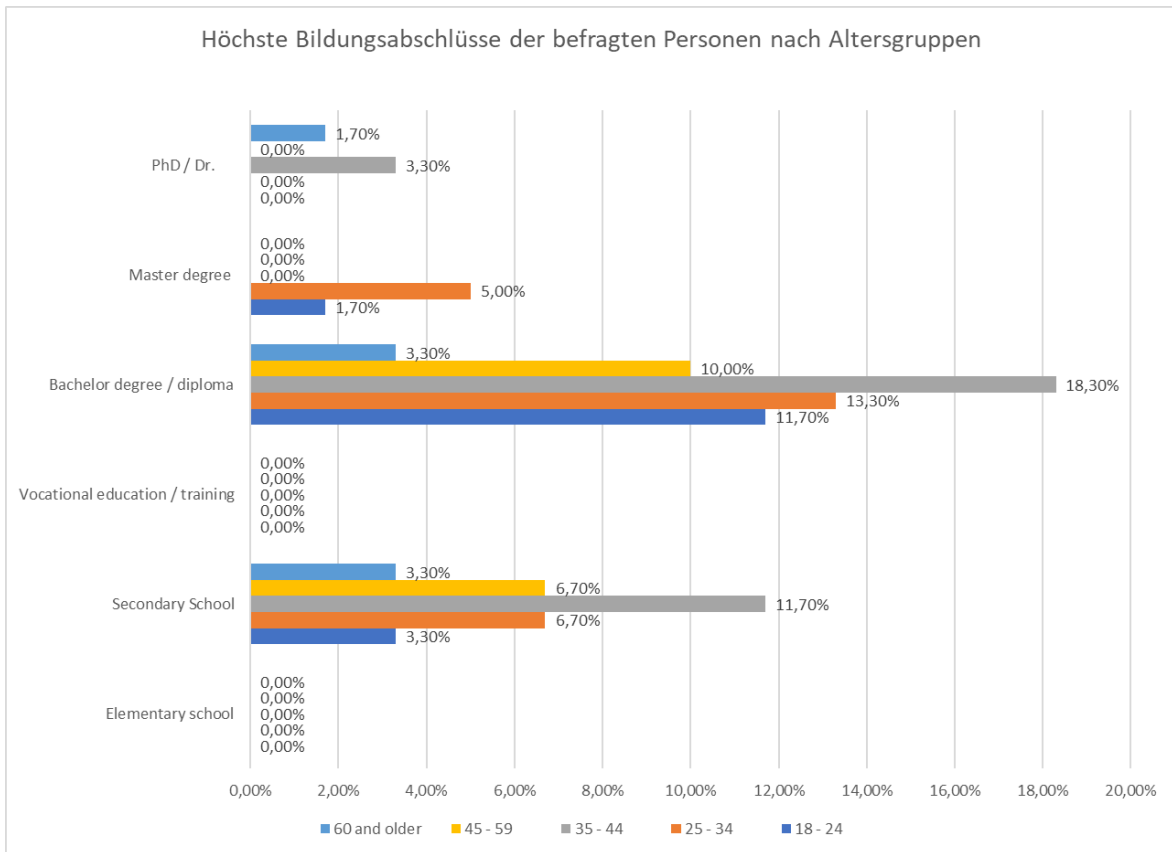


Abbildung 27: Höchste Bildungsabschlüsse der befragten Personen nach Altersgruppen (Quelle: Eigene Darstellung)

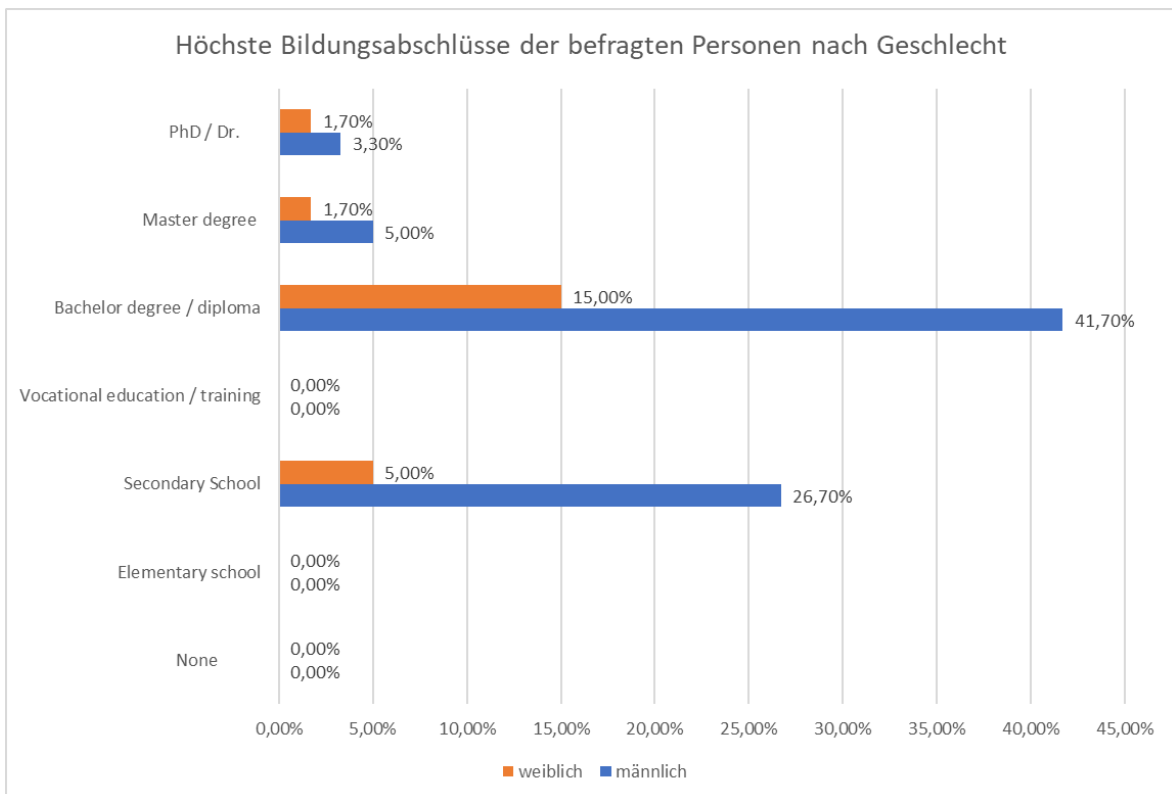


Abbildung 28: Höchste Bildungsabschlüsse der befragten Personen nach Geschlecht (Quelle: Eigene Darstellung)

Frauen (insbesondere ältere) eher Abstand hielten. Dennoch wurden natürlich auch Frauen befragt. Zudem wurde der Bildungsgrad der befragten Personen erfasst; hier bei zeigte sich eine für den Autor erwartbare Entwicklung: Die überwiegende Mehrheit der befragten Personen gab an, über ein *Bachelor degree / diploma* zu verfügen, (s. Abbildung 22). Hierzu muss erklärt werden, dass das angeführte *Diploma* auch Abschlüsse umfasst, die während der Zeit der UdSSR erlangt wurden. Es handelt sich somit nicht nur um (Fach-)Hochschuldiplome, wie man sie aus dem deutschsprachigen Raum kennt, sondern z. B. auch um Diplome von speziellen Technischen Hochschulen (russisch Среднее специальное учебное заведение). Dies betrifft gleichwohl nur den älteren Teil der befragten Personen, muss aber im Sinne der Vergleichbarkeit erwähnt werden. In Abbildung 27 zeigt sich bei der Altersverteilung der Bildungsabschlüsse, dass der Wert *Bachelor degree / Diploma* eine dominante Stellung im Bereich der Bildungsabschlüsse einnimmt. Dies scheint der Grund dafür zu sein, dass es insgesamt bei der Befragung weniger Verständnisprobleme beim Inhalt gab. In Kombination mit Abbildung 28 liefert die Befragung ebenfalls Erkenntnisse über die Struktur der Bildungsabschlüsse zwischen Männern und

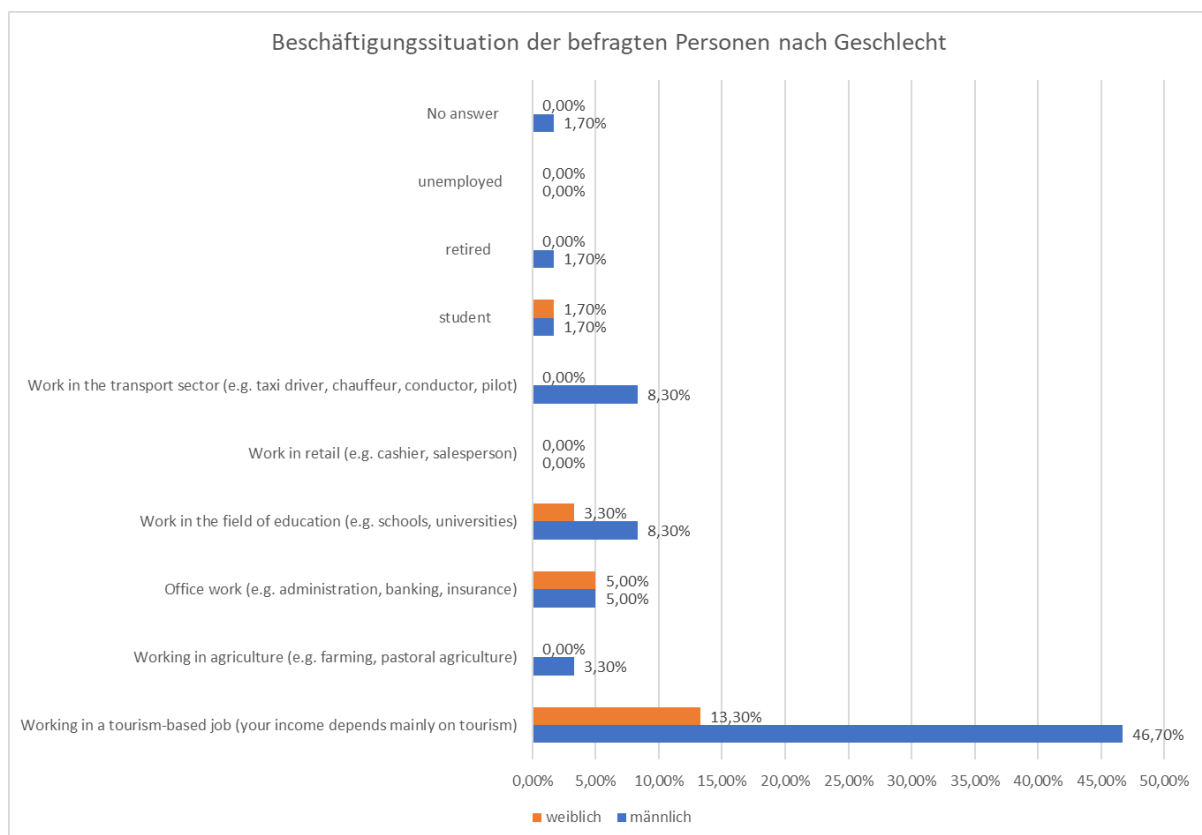


Abbildung 29: Die Beschäftigungssituation der befragten Personen nach Geschlecht (Quelle: Eigene Darstellung)

Frauen. Hierbei fällt auf, dass die befragten Frauen im Bereich *Bachelor degree / diploma* deutlich unterrepräsentiert sind. Dies liegt allerdings zum Einen an der Menge der

Was ist mit einem *tourism-based-job* gemeint?

Um Missverständnisse auszuschließen, möchte der Autor an dieser Stelle kurz darauf eingehen, was mit dem Abfragemerkmal „Working in a tourism-based job (your income depends mainly on tourism).“ gemeint ist. Ganz generell kann man davon ausgehen, dass es eine ganze Reihe von Tätigkeiten gibt, die mittelbar oder unmittelbar mit dem Tourismus zu tun haben und daraus ein Einkommen generieren. Es gibt nicht *den* Beruf im Tourismus, vielmehr gibt es für jeden touristischen Aspekt eine Tätigkeit die jemand ausüben könnte. Hier reicht die Bandbreite von Vermietung touristischer Unterkünfte bis hin zu Tourguides die ihre Gäste durch die Unwägbarkeiten der Destination führen. Dazwischen gibt es noch eine ganze Reihe an Tätigkeiten, die man nicht allein rein dem Tourismus zuschreiben würde, die aber in irgendeiner Weise damit zusammenhängen und hierdurch auch ihr Einkommen generieren.

Als Beispiel fällt dem Autor der Koch einer Gaststätte in Mestia ein. Direkt hat dieser Job nichts mit Tourismus zu tun, dennoch ist sein (durch Nachfrage ermittelte) Bezahlung zu über 80% Prozent abhängig von den Touristen abhängig, die in der Gaststätte seine Speisen zu sich nehmen. Zwar besuchen auch einheimische Gäste die Bar und essen dort, der Anteil im Gesamtbild ist allerdings eher gering. Daher kann man mit Recht behaupten, dass der Koch in diesem Fall in einem *tourism-based Job* arbeitet, da es diese Tätigkeit ohne die Touristen sehr wahrscheinlich nicht oder nicht mehr lange geben würde, weil kein Bedarf an gastronomischen Einrichtungen bestehen würde (vgl. das Ausbleiben der Touristen in der COVID-19 Pandemie). In der Folge steht der Begriff *tourism-based job* in Bezug auf die Befragung für alle Tätigkeiten, die in Zusammenhang mit Tourismus stehen und bei denen der Tourismus (d.h. die touristische Dienstleistung an nicht einheimische svanetische Gäste) maßgeblich (der Wert liegt bei 75%) für die Generierung des Einkommens zuständig ist. Der Fahrer eines Marshrutka (formelle/teils informelle Beförderungsmittel, vgl. Abbildung 30), befördert seine Fahrgäste gegen (geringes) Entgelt auf linienartigen Routen. Oft privatwirtschaftlich organisiert, ist das Unternehmen in größeren Städten wie Tbilisi Teil des offiziellen Nahverkehrsnetzes. In Tbilisi sind Marshrutkas teilweise in das staatliche ÖPNV-Zahlungssystem eingebunden, das zwar auch Touristen mitnimmt, zum überwiegenden Teil aber die einheimische Bevölkerung transportiert. In der Befragungsrealität ist eine klare Trennung selten möglich.



Abbildung 30: Privates Mashrutka (Bildmitte) in Mestia (Quelle: Eigenes Foto)

befragten Frauen und ist zum Anderen historisch bedingt, da viele der befragten Frauen im Bildungssystem der UdSSR aufgewachsen sind. Hier waren die Chancen je nach persönlichen Voraussetzungen ungleich schwieriger als heutzutage. Der Autor möchte in diesem Fall aber nicht erschöpfend auf die Bildungsumstände der UdSSR eingehen, da dies sicher eine eigene Publikation füllen würde.

Einen interessanten Ansatz lieferte die Abfrage der verschiedenen Erwerbstätigkeiten der befragten Frauen im Verhältnis zu den befragten Männern. Hier zeigte sich, dass die befragten Frauen zu einem großen Anteil auch im vom Tourismus abhängigen Sektor arbeiten und somit von Veränderungen in diesem Sektor unmittelbar betroffen sind. Dies kommt vor allem daher, dass viele Frauen den Tourismus als neuartige Einkommensquelle für sich entdeckt haben. Sehr häufig trifft man vor allem in Svaneti auf Frauen die Übernachtungsmöglichkeiten vermieten, dies geschieht auch oft in den privaten Räumlichkeiten, in denen ein Raum zu Schlafzwecken vermietet wird. Wie in Abbildung 29 zu sehen, arbeiten immerhin fast 15% der befragten Frauen im Tourismusbereich. Der Wert der männlichen Befragten ist mit knapp 46% zwar mehr als dreimal so hoch, aber es wurden, wie bereits erwähnt, auch weniger Frauen befragt. Insofern ist davon auszugehen, dass sich der Wert der im Tourismus arbeitenden Frauen bei höherer Befragungsanzahl entsprechend erhöhen würde. Eine weitere wichtige Unterscheidung im Rahmen der Befragung ist die geographische Herkunft der befragten Personen. Gemeint ist hier nicht

die originäre familiäre Herkunft innerhalb Georgiens, sondern der aktuelle Wohnsitz. Hierbei wurde, soweit dies möglich war, darauf geachtet, hauptsächlich Personen aus Svaneti zu befragen.

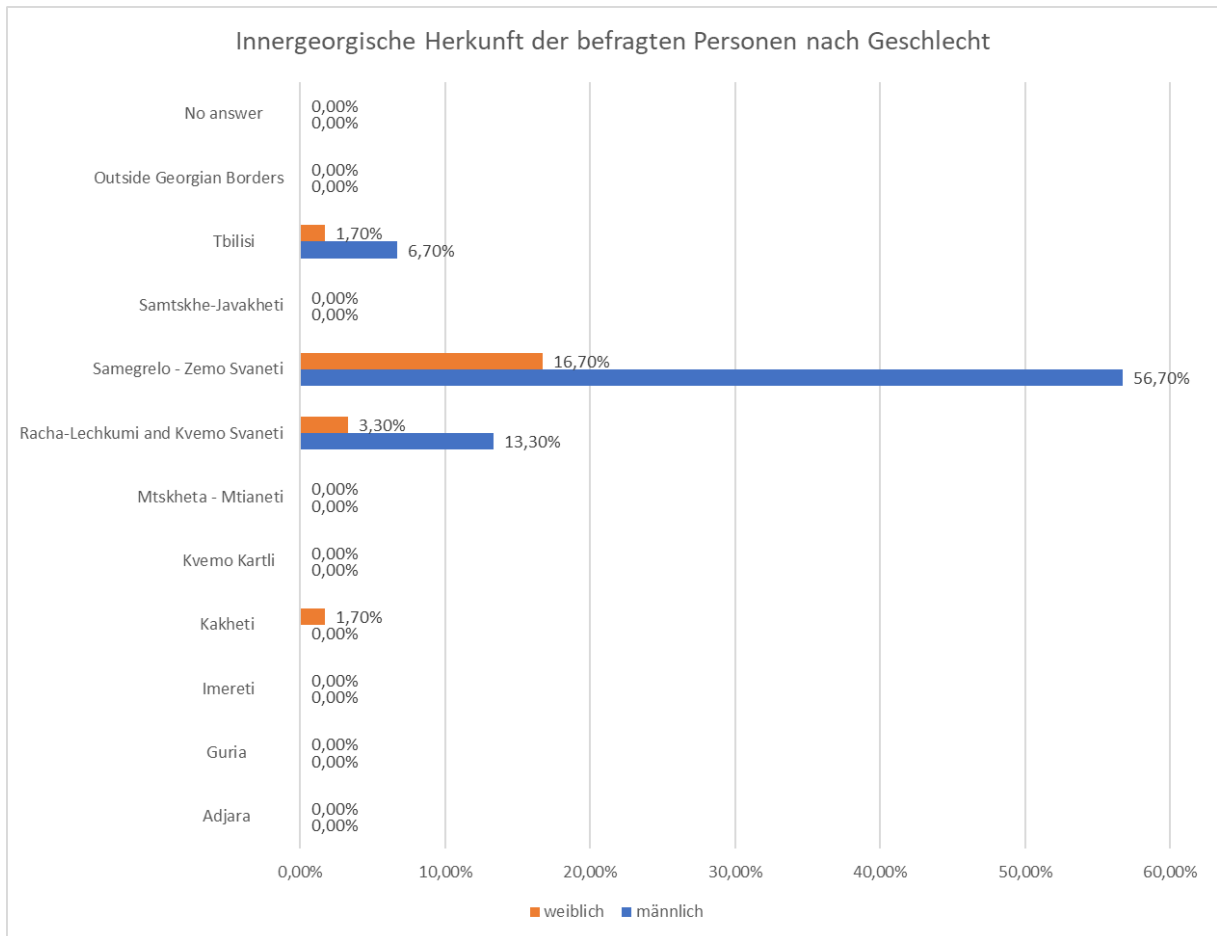


Abbildung 31: Innergeorgische Herkunft der befragten Personen nach Geschlecht (Quelle: Eigene Darstellung)

	Kakheti	Tbilisi
Long term stay	1 (1 x family reasons)	4 (4 x family reasons)
Short term stay	1 (1 x business reasons)	0

Tabelle 3: Verteilung der Aufenthaltsgründe von nicht-svanetischen befragten Personen (Quelle: Eigene Darstellung)

Antworten von Personen außerhalb Svanetis werden allerdings nicht allein durch diesen Umstand wertlos, da die befragten Personen außerhalb Svanetis auf Nachfrage entweder eine familiäre Bindung nach Svaneti haben oder selbst einen nicht unerheblichen Teil ihrer

Zeit in Svaneti verbringen – unabhängig davon, dass Sie dort nicht ihren Hauptwohnsitz haben.

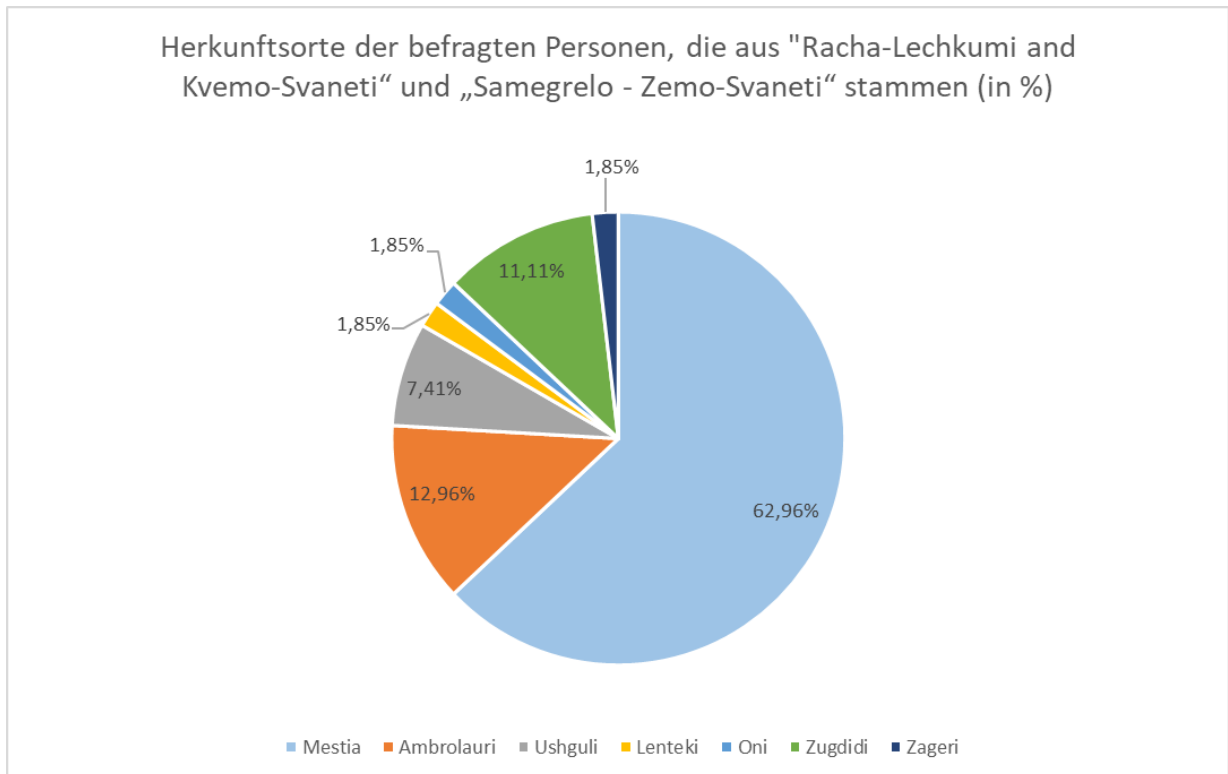


Abbildung 32: Herkunftsorte der befragten Personen, die aus Racha-Lechkumi und Kvemo-Svaneti und Samegrelo-Zemo-Svaneti stammen, in % (Quelle: Eigene Darstellung)

Aus Abbildung 31 können die Daten zur Herkunft aufbereitet entnommen werden. Zur besseren Lesbarkeit wurden einige abgefragte Merkmale weggelassen, da hier der Wert 0% entsprochen hätte. Insgesamt haben sechs Personen an der Befragung teilgenommen, die nicht aus Svaneti stammten. Hierbei entstammen 5 Personen (4 männlich, 1 weiblich) aus Tbilisi und 1 weibliche Person aus Kachetien, die Gründe für den Aufenthalt in Svaneti können Tabelle 3 entnommen werden.

Unter *Long term stay* wurden Aufenthalte über vier Wochen Dauer erfasst, *Short term stay* bezeichnet in diesem Kontext einen Aufenthalt unter vier Wochen Dauer. Die Gründe hierfür wurden im Detail aus Datenschutzgründen nicht erfragt, sondern lediglich der allgemeine Grund für den Aufenthalt. Hierbei stand zum Einen *family reasons* zum Anderen *business reasons* zur Auswahl, die entsprechende Verteilung findet sich in Tabelle 3. Da für die Befragung insbesondere die Personen aus Svaneti von Interesse waren, wird in Abbildung 32 die geographische Verteilung der befragten Personen innerhalb der beiden Regionen *Racha-Lechkumi and Kvemo-Svaneti* und *Samegrelo - Zemo-Svaneti* aufgeschlüsselt.

Beide Regionen bilden zusammen mit anderen Regionsteilen die historische Region Svaneti, Hier ist deutlich zu erkennen, dass die meisten der befragten Personen aus Mestia selbst stammen (rund 63%), dies ist angesichts der Tatsache, dass die Befragung in Mestia durchgeführt wurde, nicht verwunderlich. Darüber hinaus gilt Mestia weithin als wichtigster Zentralort der gesamten Region, nicht nur durch seine Einwohnerzahl bedingt. Es finden sich hier z.B. eine Polizeistation, ein ärztliches Versorgungszentrum, Einkaufs- und Übernachtungsmöglichkeiten sowie mehrere Museen. In Deutschland würde man Mestia wahrscheinlich als Grundzentrum (BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT UND RAUMFORSCHUNG 2012: 34) klassifizieren, da die Versorgungsleistung in etwa einer solchen Einstufung entspricht. (Der Distrikt Mestia verfügt etwa über 9.300, die Gemeinde Mestia über etwa 1.800 Einwohner). Zählt man noch Niedersvaneti als

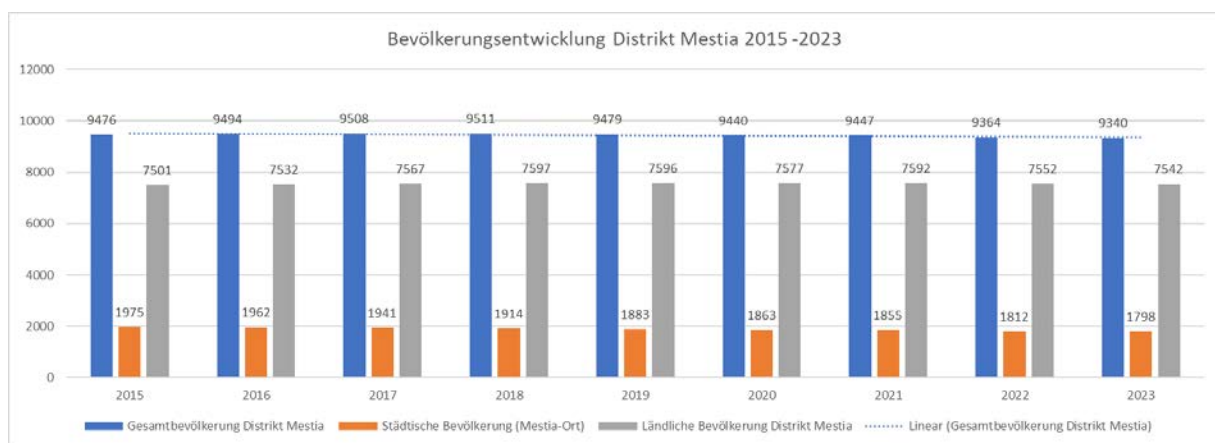


Abbildung 33: Bevölkerungsentwicklung Distrikt Mestia 2015–2023 (Quelle: Eigene Darstellung nach GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023).

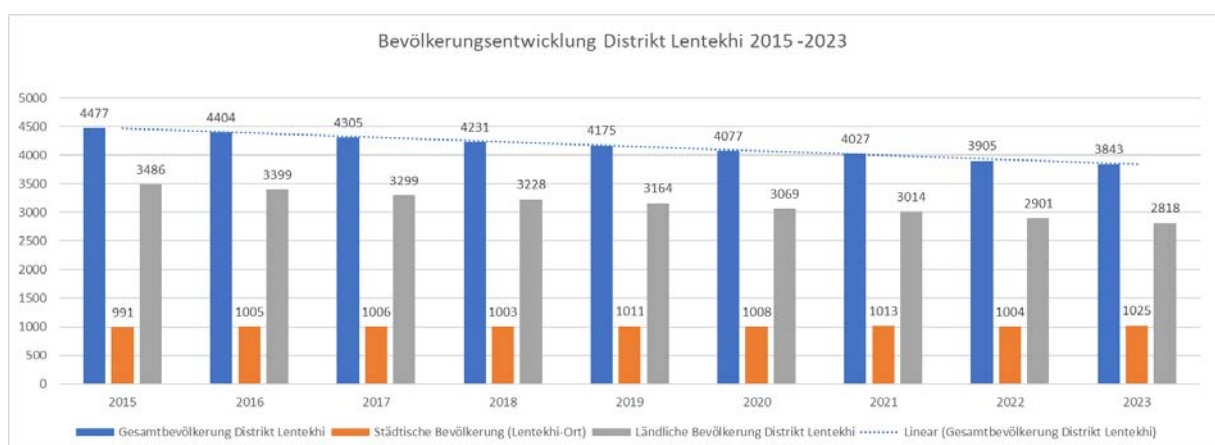


Abbildung 34: Bevölkerungsentwicklung Distrikt Mestia 2015-2023 (Quelle: Eigene Darstellung nach GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023).

Einzugsgebiet hinzu, kommt man auf etwa 13.000 Einwohner. Der Distrikt Lentekhi verfügt etwa über 3.800 und die Gemeinde Lentekhi über etwa 1.000 Einwohner, die Bevölkerung

nimmt allerdings jährlich ab (GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023). In Georgien gibt es jedoch keine derartigen Abstufungen, so dass Mestia einfach als Distrikthauptort gilt.

Hinweis: Zur besseren graphischen Darstellung benutzen die kommenden Auswertungen eine vom Autor entwickelte Matrix für die einzelnen Fragen. Diese enthalten, soweit darstellbar, alle Fragen und Antworten eines Themenblocks sowie die gemeinsame Auswertung nach Geschlecht und Altersgruppen. Sollte ein Themenblock zu umfangreich sein, dann wird er in mehrere Matrizen aufgeteilt. Die höchsten Ergebnisse eines Merkmals werden durch eine rote Umrandung dargestellt, soweit dies im Kontext sinnvoll erscheint. Zudem gilt, wenn von Verhältnismäßigkeit in der Geschlechterverteilung gesprochen wird, dass bedacht werden muss, dass an der Umfrage deutlich weniger Frauen als Männer teilgenommen haben und somit statistisch nicht als unterrepräsentiert gelten dürfen.

In diesem Abschnitt der Befragung geht es um Beruf und Einkommen in Bezug auf eine touristische Tätigkeit. Hierbei wurde zunächst abgefragt, wie viele der befragten Personen ein besonderes touristisches Training oder eine Ausbildung absolviert haben. Die Frage zielte darauf ab zu erfahren, ob sich unter den Umfrageteilnehmern Personen befinden, die bereits einen fachlichen Hintergrund im Bereich Tourismus aufweisen konnten. Die Frage wurde bewusst einfach gehalten, obwohl es eine Vielzahl an möglichen Studiengängen oder Ausbildungen gibt, die alle direkt oder indirekt mit Tourismus in Zusammenhang stehen.

In Bezug auf die Geschlechteraufteilung ist es interessant zu sehen, dass mehr befragte Frauen als Männer (5,5% gegenüber 3,3%) eine derartige Ausbildung absolviert haben (vgl. Abbildung 35); nach Alter sortiert wundert es nicht, dass eher die jüngeren Befragten zu den Absolventen gehören – mit einer Ausnahme im Bereich der Gruppe 60 Jahre und älter (18-24: 1,7%; 25-34: 3,3%; 35-44: 1,7%; 60 und älter: 1,7%). Weiterhin wurde abgefragt, wo diese Studien absolviert wurden. Hierbei ergab sich, dass eine männliche und eine weibliche befragte Person im Inland eine solche Ausbildung bestritten hatte und zwei weibliche Personen in der Altersklasse 18-24 und 25-34 im Ausland (je eine in Russland und Frankreich).

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Did you undertake professional training in the field of tourism or did you study a tourism-related topic at university (diploma, bachelor's, master's or doctorate)?							
Yes	3,3%	5,0%	1,7%	3,3%	1,7%	0,0%	1,7%
No	73,3%	18,3%	15,0%	21,7%	31,7%	16,7%	6,7%
Where did you receive professional training or study a topic related to tourism?							
Did not receive professional training/study related to tourism	73,3%	18,3%	15,0%	21,7%	31,7%	16,7%	6,7%
in Georgia	3,3%	1,7%	0,0%	1,7%	1,7%	0,0%	1,7%
abroad (Russia, France)	0,0%	3,3%	1,7%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%

Abbildung 35: Anzahl der befragten Personen, die ein professionelles Training (Ausbildung/Studium) im Tourismusbereich absolviert haben / wo dieses Training absolviert wurde, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Die nächste Frage beschäftigt sich mit dem Thema des Tourismusbereiches, in dem die befragten Personen arbeiten bzw. ihr Einkommen erwirtschaften. Aufgrund der doch eher umfangreichen Fragenstellung wurde die grafische Darstellung zur besseren Übersicht in einer Auswertungsmatrix (Abbildung 36) dargestellt. In der Matrix stellen die rotumrandeten Kästchen die am meisten gegebenen Antworten in Prozent pro Merkmal (Geschlecht und Altersgruppe) dar, so arbeiten z.B. die meisten männlichen Befragten mit 14,7% der Angaben als private Fahrer für Touristen mit dem eigenen Auto.

Bei der Auswertung fiel auf, dass die hauptsächlichen Tätigkeiten sich in drei Bereiche aufteilen lassen: zum Einen in den Bereich *Transport/Guiding*, dann in den Bereich *Vermietung* und der Bereich *Verkauf von hausgemachten Produkten*. Im Bereich *Transport/Guiding* arbeiten überwiegend männliche Befragte, davon am meisten (14,7%) als private Fahrer für Touristen, die ihr eigenes Fahrzeug nutzen. Diese Beschäftigungsart zieht sich durch alle Altersgruppen, die 35-44-Jährigen sind hier allerdings überproportional vertreten. An zweiter Stelle steht das männlich dominierte Beschäftigungsfeld der privaten Tourguides mit 11,8%. Hier überwiegen die jüngeren Arbeitnehmer im Altersbereich 18-24 und 25-34 mit 7,4% Gesamtanteil. Dies deckt sich mit den Beobachtungen des Autors; gerade auf ausgedehnten Wandertouren von Mestia nach z.B. Ushguli trifft man selten ältere Tourguides an, da die Strecken durchaus ein anspruchsvolles Niveau erreichen können. Im Bereich *Vermietung* zeigt sich die erwartete Verteilung: So ist die Vermietungsrate von privaten Zimmern, Apartments oder auch Campingmöglichkeiten zwischen Männern und Frauen beinahe ausgeglichen (Frauen: 2,2

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
I never worked in tourism							
I never earned additional income from tourism	0,7%		0,7%				
Working in a shop	1,5%	1,5%	2,9%				
Working in a restaurant / bar	1,5%	2,9%	2,9%	0,7%	0,7%		
Working in a public touristic facility (e.g. Museum)	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%			
Working in a private transportation company							
Working in a private touristic facility (e.g. private Museum)							
Working in a private tourist agency / office							
Working in a National Park as tour guide, ranger or other staff							
Working in a hotel / comparable facility	0,7%		0,7%				
Working in a car-rental service							
Working as a regular taxi driver with your own car	2,2%			1,5%		0,7%	
Working as a regular taxi driver with a car that is not your own	0,7%						0,7%
Working as a private tour guide for hiking, climbing etc.	11,8%	0,7%	3,7%	3,7%	2,2%	2,9%	
Working as a private driver for tourists with your own car	14,7%		0,7%	3,7%	5,2%	2,9%	2,2%
Working as a private driver for tourists with a car that is not your own							
Selling other home-made local products to tourists	11,0%	3,7%	4,4%	4,4%	2,9%	2,9%	
Selling home-made wine or spirits to tourists	11,0%	0,7%	2,2%	4,4%	2,9%	1,5%	0,7%
Renting private space within your place of living to tourists (apartments, rooms, camping sites)	2,9%	2,2%		2,2%	2,2%	0,7%	
Renting external private space to tourists outside of your place of living (apartments, rooms, camping sites)	10,3%	2,9%	1,5%	2,9%	4,4%	3,7%	0,7%
Owning a shop (groceries, souvenirs)	2,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	1,5%	
Owning a restaurant / bar	1,5%			0,7%	0,7%		
Owning a private vineyard / distillery	0,7%					0,7%	
Owning a private transportation company (e.g buses, off-road cars, cars, Taxi service)	0,7%				0,7%		
Owning a private tourist agency / office							
Owning a hotel or comparable facilities (No private spaces only commercial facilities)	6,6%	0,7%		1,5%	2,9%	2,2%	0,7%
Owning a car-rental service	0,7%					0,7%	

Abbildung 36: Auswertungsmatrix für Tourismusbereiche in welchen die befragten Personen arbeiten, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Beobachtungen, da es viele Frauen gibt, die Räumlichkeiten im Privathaus an Touristen vermieten bzw. explizit für die Vermietung zuständig sind, während der Mann (sofern %,

Männer: 2,9%), hierbei sind die Altersbereiche von 25 bis 59 vertreten. Dies deckt sich mit den verheiratet) einer anderen Tätigkeit nachgeht. Im Bereich der externen Vermietung (also zu vermietende Objekte, die *nicht innerhalb oder Teil* des selbstgenutzten Wohneigentums sind) dominieren männliche Vermieter (Männer: 10,3%, Frauen:2,9%). Dies hat vermutlich damit zu tun, dass die externen Immobilien Männern gehören und diese explizit für die touristische Vermietung errichtet wurden.

Gerade in ländlichen Gebieten ist Wohneigentum als Familienbesitz oft unter der Verwaltung von Männern. In der Altersstruktur sind die Altersbereiche zwischen 35-59 am stärksten vertreten, was auf eine größere Kapitalstärke hindeutet. Junge Menschen können oder wollen sich oftmals eigenes Wohneigentum (als Kauf- oder Bauobjekt) nicht leisten, da der Verdienst zu gering ist oder weil Sie ihren Lebensmittelpunkt oftmals in Städten bzw. in der Hauptstadt haben und erst in späteren Lebensjahren zurück in die Dörfer ziehen.

Der letzte große Bereich deckt das Segment *Verkauf von hausgemachten Produkten* ab. Bis auf den Verkauf von hausgemachtem Wein bzw. Spirituosen (Männer: 11%, Frauen: 0,7%), sind hier Männer und Frauen im Verhältnis anteilig gut an den Verkäufen beteiligt (Männer: 11%, Frauen 3,7%). Alle Altersgruppen sind an den Verkäufen hausgemachter und lokaler Produkte beteiligt, mit einem leichten Überhang der Altersgruppen zwischen 18 und 34 mit insgesamt 15,4% für beide Verkaufskategorien. Nur im Bereich der Wein- und Spirituosenverkäufe trat die Altersgruppe ab 60 Jahren in Erscheinung. Dies ist in der Tat ein Bereich, der häufig von älteren Männern dominiert wird, die ihr Handwerk über ihre Lebenszeit zur Perfektion gebracht haben.

Die nächste Frage befasste sich mit der Dauer in einer touristischen Erwerbstätigkeit (Abbildung 37). Sowohl bei Männern als auch bei Frauen arbeitete der größte Teil über eine Zeitspanne von 10-20 Jahren im touristischen Bereich. Altersbedingt setzt sich dieser Trend in den Altersgruppen fort, da jüngere Befragte aufgrund ihres Alters in aller Regel keine langfristigen Beschäftigungszeiten vorweisen können. Interessant ist, dass ein Viertel der Altersgruppe 35-44 etwa 10-20 Jahre im Tourismus beschäftigt ist, demnach sind die in den 1980ern geborenen Generationen maßgeblich am Tourismusgeschäft in Svaneti beteiligt. Hier hätte der Autor mit mehr älteren Personen gerechnet, gemessen an dem, was die Beobachtungen in Mestia und Umgebung hergaben.

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
How long have you been working (or earning additional income) in the field of tourism?							
0 - 1 year							
2 - 5 years	8,3%	3,3%	11,7%				
5 - 10 years	23,3%	6,7%	3,3%	21,7%	3,3%	1,7%	
10 - 20 years	31,7%	11,7%		3,3%	25,0%	13,3%	1,7%
20 - 30 years	11,7%	1,7%			5,0%	1,7%	6,7%
More than 30 years							
Don't work in tourism / Do not earn money from tourism	1,7%		1,7%				

Abbildung 37: Beschäftigungsdauer der befragten Personen im Tourismus, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60, Quelle: Eigene Darstellung

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Have you lost your main occupation/job or income in tourism during the current COVID-19							
No. None of the above.	5,0%	3,3%	5,0%	1,7%			1,7%
Yes, I lost additional income / regular income	68,3%	20,0%	11,7%	20,0%	33,3%	16,7%	6,7%
Yes, I lost both							
Yes, I lost my main occupation	3,3%			3,3%			

Abbildung 38: Befragte Personen, die Ihren Arbeitsplatz/Einkommen im Tourismussektor aufgrund der COVID-19-Pandemie verloren, in %, nach Geschlecht, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Weiterhin wurden die Teilnehmer zu einem eher unerfreulichen Sachverhalt befragt, ob oder inwieweit die befragten Personen ihre Beschäftigung bzw. ihr Primäreinkommen im Tourismus durch die COVID-19-Pandemie verloren haben (Abbildung 38). In diesem Fall ist die Auswertung sehr einfach, da die meisten Männer und Frauen aus allen Altersgruppen angegeben haben, dass Sie Einkommenseinbußen aus zusätzlichem oder regulärem Einkommen zu verkraften hatten. Insbesondere die Altersgruppen zwischen 35 und 59 Jahren war vollständig davon betroffen. Allerdings wäre der Autor davon ausgegangen, dass durch das Ausbleiben der touristischen Aktivitäten mehr Personen ihre Erwerbstätigkeit verlieren. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass Erwerbstätigkeit in ländlichen georgischen Regionen oft mit Improvisationskunst einhergeht und man auf viele Arten einer Erwerbstätigkeit nachgehen kann, insbesondere eigener Landwirtschaft und damit verbundener Direktvermarktung von Produkten des täglichen Bedarfs. Dies ist mit

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
How many percent of your current average monthly income are covered by income from tourism?							
50 to 100%	58,3%	15,0%	11,7%	16,7%	25,0%	13,3%	6,7%
0 to 49%	18,3%	8,3%	5,0%	8,3%	8,3%	3,3%	1,7%

Abbildung 39: Prozentsatz des durchschnittlichen monatlichen Einkommens, der im Tourismusbereich erwirtschaftet wurde, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

dem System der sozialversicherungspflichtigen Erwerbstätigkeit in Deutschland schwerlich zu vergleichen.

Bei der nächsten Frage (Abbildung 39) zeigt sich, dass der Tourismus einen Kernfaktor bei den Erwerbstätigkeiten fast aller befragten Personen darstellt. Über 70% der Gesamtbefragten geben an, dass wenigstens die Hälfte ihres Einkommens von Tourismus bestimmt wird. Die Gruppe der 35-44-Jährigen macht alleine ein Viertel davon aus. Dies zeigt deutlich, in welcher Abhängigkeitssituation sich die meisten Befragten gegenüber dem Tourismus befinden.

Auch der Bereich der nicht im Tourismus Haupterwerbstätigen (Abbildung 40) spielt in der Befragung eine Rolle, da die Einnahmen aus dem Tourismus, wenn zusätzliche Einnahmequellen vorhanden sind, eine bedeutende Rolle im Bereich der persönlichen finanziellen Stabilität spielen. Insbesondere die Altersgruppe zwischen 25 und 34 sowie die über 60-Jährigen scheinen den Tourismus als eine zusätzliche Einnahmequelle zu ihren regulären nicht-touristischen Erwerbstätigkeiten zu nutzen. Dies lässt sich im Falle der über 60-Jährigen vor allem durch das vergleichsweise niedrige Rentenniveau und die daraus resultierenden finanziellen Belastungen erklären, so dass diese Altersgruppe häufig keine andere Wahl hat, als ihr Einkommen über den Tourismus aufzustocken.

Altersarmut ist in ganz Georgien ein Thema, tritt in den ländlichen Regionen allerdings eher verdeckt auf als offensiv, wie es in den Städten, vor allem Tbilisi der Fall ist. Auch wenn nur ein kleiner Teil der Befragten ein zusätzliches Einkommen aus dem Tourismus generiert, so ist es doch interessant nachzuvollziehen, in welchen Spannen man sich hier bewegt

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Do you have additional income from tourism or offering touristic services? (Choose No, if you work in a tourism related Job)							
Yes	28,3%	10,0%	5,0%	13,3%	8,3%	6,7%	5,0%
No	48,3%	13,3%	11,7%	11,7%	25,0%	10,0%	3,3%

Abbildung 40: Anteil der befragten Personen die zusätzliches Einkommen aus dem Tourismus generieren (Keine Hauptbeschäftigung im Tourismus), in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
How much do you earn as additional income per month from tourism? (Choose No if you are working in a tourism based job).							
0 - 300 GEL							
300 - 600 GEL	11,7%	1,7%	3,3%	6,7%			3,3%
600 - 900 GEL	13,3%	8,3%	1,7%	5,0%	8,3%	5,0%	1,7%
900 - 1200 GEL							
1200 - 1500 GEL		1,7%					1,7%
1500 - 1800 GEL							
1800 - 2000 GEL							
More than 2000 GEL							
No additional income from tourism	48,3%	11,7%	11,7%	11,7%	25,0%	10,0%	1,7%
No answer	3,3%			1,7%		1,7%	

Abbildung 41: Anteil des zusätzlichen Einkommens der befragten Personen aus touristischen Aktivitäten in GEL (keine Hauptbeschäftigung im Tourismus), in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Looking at the situation before the COVID-19 pandemic starts in March 2020. The question is now, was your income from tourism higher before the COVID-19 pandemic began?							
My income was higher	70,0%	21,7%	11,7%	23,3%	33,3%	16,7%	6,7%
My income was the same	5,0%	1,7%	3,3%	1,7%			1,7%
My income was lower							
I had no income form Tourism before the	1,7%		1,7%				

Abbildung 42: Höhe des durchschnittlichen monatlichen Einkommens der befragten Personen nach dem offiziellen Ende der COVID-19-Pandemie, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

(Abbildung 41). Der größte Anteil der Befragten gab an, ein zusätzliches Einkommen von etwa 600–900 GEL zu verdienen, dies entspricht etwa 170–250 Euro (Interbankkurs vom 01.01.2022, 1 Euro entspricht 3,48 GEL). Dies ist angesichts des georgischen Durchschnittseinkommens ein nicht unerheblicher Zugewinn im Monat. Das Durchschnittseinkommen im Jahr der Befragung betrug 1596,10 GEL, dies entspricht mit dem Interbankkurs vom 01.01.2022 etwa 458,39 €. Es ergibt sich ein durchschnittlicher Zugewinn in Höhe von fast 50% des georgischen Durchschnittseinkommens.

Daraus resultiert die Anschlussfrage, ob bzw. in welcher Weise sich das durchschnittliche Einkommen im Verhältnis vor und nach der COVID-19-Pandemie verändert hatte. Die Vermutung des Autors wurde bestätigt, da sowohl Männer als auch Frauen sowie alle Altersgruppen eindeutig angaben, dass ihr Einkommen vor der Pandemie (erheblich) höher gewesen sei (Abbildung 42). Dies ist angesichts der einschneidenden Effekte der Pandemie bzw. der damit einhergehenden Beschränkungen kaum in Zweifel in zu ziehen.

Der nächste Fragenbereich befasst sich mit Immobilien, die zu touristischen Zwecken genutzt werden. Aufgrund der Sensibilität des Themas, insbesondere wenn es um Finanzierungsaspekte oder finanzielle Aspekte der Immobilien im Allgemeinen geht, war der Autor skeptisch, ob und in welcher Weise sich die befragten Personen bereiterklären, die Fragen zu beantworten. Grundsätzlich ist die Auswertung für den Zweck dieser Arbeit zufriedenstellend, lässt aber in der Gesamtansicht weniger Rückschlüsse auf die allgemeine Situation zu als vom Autor gewünscht. Andererseits kann man es den befragten Personen nicht verübeln, dass sie ungerne finanzielle Situation mit wildfremden Personen besprechen. Die weniger sensiblen Bereiche des Fragenkataloges stellten im Gesamten auch weniger ein Problem dar, lediglich einige Detailfragen weisen eine eher beschränkte Datenausbeute auf.

Die gesamte Auswertungsmatrix kann Abbildung 43 entnommen werden. Die Einstiegsfrage in dieser Kategorie befasst sich damit, ob die befragten Personen über eigene Immobilien verfügen, die für touristische Zwecke genutzt werden. Hier gaben zum Erstaunen des Autors über die Hälfte der Befragten an, dass dies der Fall sei. Hierbei konzentrierte sich der Besitz auf die Altersgruppen 25–59 Jahre. Die Zweite Frage ging der Art der Immobilien nach, die für touristische Zwecke verwendet werden. Hierbei zeigte sich schnell die bereits angesprochene Beschränkung von Umfragen, wenn man nach Dingen fragt, die man nicht unbedingt der Öffentlichkeit preisgeben möchte. Knapp 40% der befragten Personen verweigerten die Antwort. Jene, die antworteten (ca. 35% de

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Do you own property that you use for touristic purposes ?							
No	33,9%	11,9%	13,6%	10,2%	13,6%	1,7%	6,8%
Yes	42,4%	11,9%	3,4%	15,3%	18,6%	15,3%	1,7%
Which type of property do you own and use for touristic purposes (Please select all matching points)?							
Other (Vineyard)	1,6%					1,6%	
Shops, Tourist Agency	7,8%		1,6%	1,6%	1,6%	3,1%	
No answer	31,3%	10,9%	12,5%	9,4%	12,5%	1,6%	6,3%
My private home where I live with my family or alone	12,5%	4,7%	1,6%	6,3%	3,1%	6,3%	
Hotels	3,1%	1,6%		1,6%	1,6%		1,6%
Guesthouses, Bed & Breakfast	9,4%			1,6%	4,7%	3,1%	
External flats or houses (Where I don't live)	12,5%	4,7%		3,1%	9,4%	4,7%	
Camping sites							
How do (or did) you fund the property you own and use for touristic purposes?							
Other (please specify)	30,6%	8,1%	12,9%	9,7%	6,5%	3,2%	6,5%
With my own savings	30,6%	11,3%	1,6%	6,5%	21,0%	11,3%	1,6%
Taking a loan	14,5%	3,2%	1,6%	8,1%	4,8%	3,2%	
Governmental funding programme (also partly funding)							
Foreign funding programme (e.g European Union funds, also partly funding)	1,6%					1,6%	
How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded with your own savings?							
0 - 49%	44,1%	11,9%	15,3%	13,6%	13,6%	6,8%	6,8%
50 - 100%	32,2%	11,9%	1,7%	10,2%	20,3%	10,2%	1,7%
How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by taking a loan?							
0 - 49%	65,0%	20,0%	15,0%	16,7%	28,3%	16,7%	8,3%
50 - 100%	11,7%	3,3%	1,7%	8,3%	5,0%		
How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a governmental funding programme (also partly funding)?							
0 - 49%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
50 - 100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a foreign funding programme (e.g European Union funds, also partly funding)							
no foreign funding	75,0%	23,3%	16,7%	25,0%	33,3%	15,0%	8,3%
Foreign funding	1,7%					1,7%	
Where did you apply for a loan							
Regular Bank (e.g. Bank of Georgia)	4,8%	1,6%		1,6%	1,6%	3,2%	
Microfinance institute	12,9%	1,6%	1,6%	6,5%	4,8%	1,6%	
Friends or relatives	1,6%		1,6%				
No answer	58,1%	19,4%	14,5%	16,1%	25,8%	12,9%	8,1%
How high was the amount of funding you applied for?							
No answer	61,7%	21,7%	15,0%	16,7%	30,0%	13,3%	8,3%
0 - 5000 GEL							
5000 - 10000 GEL	10,0%		1,7%	5,0%	1,7%	1,7%	
10000 - 15000 GEL	5,0%	1,7%		3,3%	1,7%	1,7%	
15000 - 20000 GEL							
More than 20000 GEL							
What is or was the interest rate you have to pay for your funding (in percent %) ?							
21 - 41%	13,6%	1,7%	1,7%	6,8%	5,1%	1,7%	
0 - 20%	3,4%	1,7%		1,7%	3,4%		
No answer	61,0%	18,6%	13,6%	16,9%	25,4%	15,3%	8,5%

Abbildung 43: Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Immobilien welche die befragten Personen für touristische Zwecke nutzen, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)



Abbildung 44: Rustikale Gaststätte zwischen Mestia und Ushguli (Quelle: Eigenes Foto)



Abbildung 45: Renovierung eines touristisch genutzten Komplexes am Seti-Platz in Mestia (Quelle: Eigenes Foto)

Was ist ein „Microfinance Institute“? Mikrofinanzinstitutionen in Georgien stellen eine Möglichkeit dar an Geldmittel zu kommen, wenn für die Beantragung von Krediten bei Banken nicht genügend Bonität zur Verfügung steht. Der Nachteil dieser Institutionen ist, dass sie in aller Regel vergleichsweise hohe Zinsen (bis 50%) für die Rückzahlung der vergebenen Kredite verlangen. In Georgien werden diese Institution von der georgischen Nationalbank überwacht und sind dort meldepflichtig. Sie gelten als *non-banking institutions* (NATIONAL BANK OF GEORGIA 2024b). Eine Beispielberechnung für ein Darlehen bei einer MFI und einer regulären Bank zeigen die Abbildungen 46 und 47.

The screenshot shows a web page for a "Mortgage Loan" with a calculator overlay. The calculator fields are as follows:

Field	Value
Loan type	Mortgage Loan
Loan amount	10000 €
Loan Term	120 Month
Monthly payment	186.67 €
Percent	from 19%
Effective Percent	from 21.1%

Abbildung 46: Berechnungsbeispiel für einen "Mortgage Loan" (Hypothekendarlehen) bei einem georgischen Mikrofinanzinstitut über 10.000 GEL mit einer Laufzeit von 10 Jahren. Zinssatz mindestens 21,1% (Quelle: MICRO BUSINESS CAPITAL 2019)

The screenshot shows a "Mortgage loan calculator" with the following fields and results:

Field	Value
Loan currency	GEL
Loan amount	10,000
Loan period	10 Year
Monthly payment	148.84 €
Annual interest	from 12.92%
Interest rate	from 14.85%

Abbildung 47: Berechnungsbeispiel für einen "Mortgage Loan" (Hypothekendarlehen) bei einer regulären georgischen Bank über 10.000 GEL mit einer Laufzeit von 10 Jahren. Zinssatz mindestens 14,8% (Quelle: BANK OF GEORGIA 2024)

Gartenhütte handeln, solange es touristisch genutzt wird. Die interessanteste Antwort kam von einem Weingut, dass von einem Befragten hauptsächlich zur touristischen Nutzung betrieben wird. Die Altersgruppen der Besitzer decken sich mit der ersten Frage im Bereich zwischen 25-59 Jahren.

Die nächste Frage befasste sich mit der Finanzierung der eigenen Immobilien. Etwa 40% der Befragten gaben an, ihre Immobilien mit eigenen finanziellen Mitteln erworben zu haben, rund 17% durch einen Kredit, etwa 30% machten keine näheren Angaben. Kredite wurden bevorzugt in der Altersgruppe 25-34 Jahren aufgenommen, während die Altersgruppen 35 – 59 Jahren auf eigene finanzielle Mittel wie Ersparnisse zurückgriff. Weiterhin gaben etwa 44% der Befragten an, dass 50-100% ihrer Immobilien durch eigene finanzielle Mittel finanziert wurden. Diese entstammen hauptsächlich der Altersgruppe 35-59 Jahren, Rund 56% gaben an, dass dies bei 0-49% der Immobilien der Fall gewesen sei. Dies trifft auf meist jüngere Befragte bis 34 Jahre zu. Rund 80% der Befragten gaben darüber hinaus an, dass 0-49% ihrer Immobilien durch einen Kredit finanziert seien. Dies trifft zudem auf alle befragten Altersgruppen gleichermaßen zu. Dies deckt sich mit den Angaben aus der Frage nach den Finanzierungsarten der Immobilien weiter oben. Auf die



Abbildung 48: Beispiel für einen Beherbergungsbetrieb welcher durch das ENPARD-Programm der Europäischen Union gefördert wurde, hier an einer Camping-Unterkunft in Kazbegi (Quelle: Eigenes Foto)

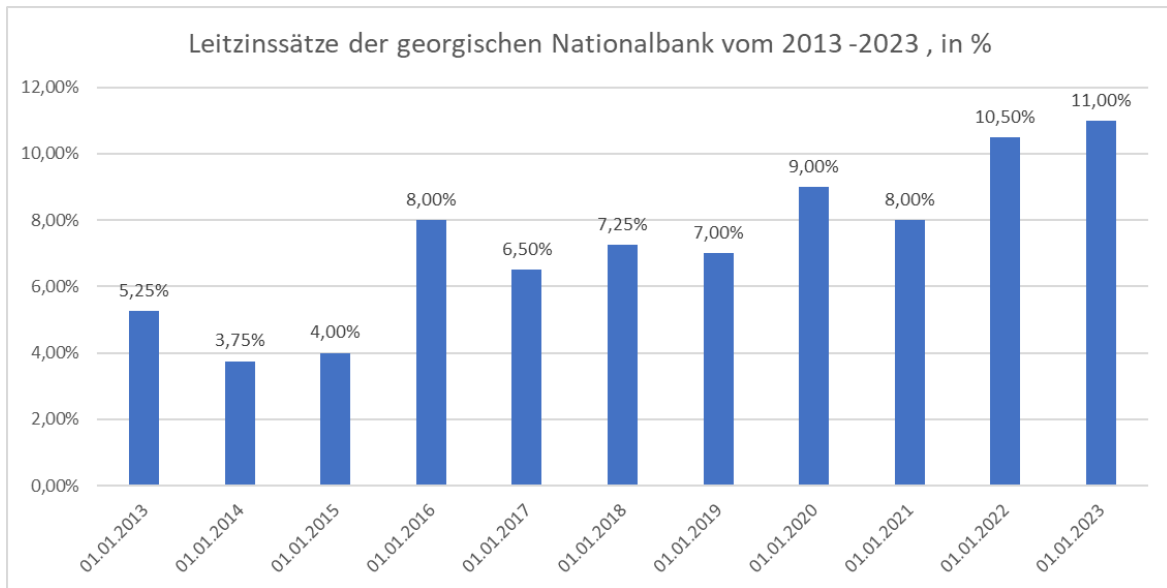


Abbildung 49: Leitzinssätze der georgischen Nationalbank vom 2013 -2023, in % (Quelle: Eigene Darstellung nach NATIONAL BANK OF GEORGIA 2024a)



Abbildung 50: Rege Renovierungs- und Bautätigkeiten in Mestia (Quelle. Eigenes Foto)

Frage nach Finanzierung durch staatliche Förderprogramme, gab es keine Antworten, im besten Fall nur Kopfschütteln. Die Interpretation des Schweigens ist nicht sonderlich herausfordernd, da offenbar zu dieser Zeit keine entsprechenden Programme existierten. Auch ist dies dem eurozentrischen Bias geschuldet: eine Förderung, wie sie für deutsche Staatsbürger beinahe selbstverständlich ist, ist in Georgien nahezu unbekannt. Die

überwiegende Mehrheit (98%) hat ihre Immobilien nicht mit Hilfe ausländischer Investitionsprogramme (vgl. Abbildung 48). finanziert. Lediglich die Person mit dem Weingut hat bedingte Fördermittel aus Programmen der Europäischen Union erhalten.

Die nächste Frage versuchte herauszufinden, bei welchen Institutionen Kredite beantragt wurden. Der größte Teil derer, die einen Kredit in Anspruch genommen hatte, taten dies bei sog. *Microfinance institutes* (knapp 15% der Gesamtbefragten), bei regulären privaten Banken beantragten knapp 6% der Befragten ein Darlehen. Bei den Darlehen zur Immobilienfinanzierung handelt es sich im Sinne der Befragung um Hypothekendarlehen (Mortgage Loans), andere Darlehensformen wurden nicht berücksichtigt. Etwa 10% der Befragten gaben an, dass Sie ein Darlehen zwischen 5.000 und 10.000 GEL (ca. 1.400 €-2.800 €) und knapp 6% ein Darlehen von 10.000-15.000 GEL (ca. 2.800 €-4.300 €) beantragten. Die überwiegende Mehrheit gab wie in den vorausgehenden Fragen keine Antwort.

Infolge der Betragshöhe der Darlehen ist es wahrscheinlich, dass diese entweder zur Teilfinanzierung von Immobilien dienten oder ggf. für Anbauten/Renovierungen (vgl. Abbildung 50). Genau kann die Frage nicht beantwortet werden. Bei der Frage des Zinssatzes waren die Antworten sehr verhalten. Knapp 15% gaben an, dass ihr Darlehenszinssatz zwischen 21-41% lag, bei den restlichen 6% etwa zwischen 0-20%. Dies spiegelt genau das Nutzungsverhältnis zwischen Mikrofinanzinstitut und regulärer privaten Banken wider. Aus Abbildung 49 kann man entnehmen, dass die Leitzinsen der



Abbildung 51: Flughafen ‚Queen Tamar‘ Mestia, wichtigster Verkehrsflughafen Svanetis (Quelle: Eigenes Foto)

georgischen Nationalbank seit 2017 kontinuierlich steigen. Auch hier liegt eine Erklärung darin, dass die Zinsen von Banken und Mikrofinanzinstituten für europäische Verhältnisse stark ansteigen und geradezu überteuert wirken, da die Geldpolitik der Nationalbank zu einer grundsätzlichen Verteuerung für Kreditinstitute führt. Es ist also für viele Personen nicht möglich, ein günstiges Darlehen von regulären Banken zu bekommen, da entweder die Einkommen zu niedrig sind oder die entsprechenden Sicherheitsgarantien nicht geleistet werden können.

Der nächste großen Themenkomplex innerhalb der Befragung, befasst sich mit dem Thema Fahrzeuge zum touristischen Gebrauch. Die Idee zur Abfrage dieser Informationen begründete sich darauf, dass der Autor festgestellt hat, dass die Transportwirtschaft in Georgien ein essentieller Bestandteil des Tourismussektors ist. Gerade in ländlichen Räumen wie Svaneti gibt es praktisch keinen öffentlichen Personennahverkehr im westeuropäischen Sinn. Dennoch müssen täglich sehr viele Personen von A nach B befördert werden.

Dies betrifft konkret am Beispiel Svaneti die Strecke Zugdidi-Mestia, die mehrfach am Tag bedient werden muss. Hier haben sich zwar Alternativformen zu öffentlichen Verkehrsmitteln entwickelt (Marshrutkas, ggf. auch als teilöffentliche Verkehrsmittel), aber dennoch bleibt der private Transportverkehr mit Hilfe von PKW ein bislang unverzichtbarer Bestandteil im georgischen Verkehrssystem. Da auch der Tourismus auf diese Art des Transportes angewiesen ist (APPLIS 2019: 265), erschien es dem Autor folgerichtig, zumindest die Fahrzeugsituation mit zu berücksichtigen und abzufragen. Hierbei wäre es von primärem Interesse, ob die befragten Personen über Fahrzeuge verfügen, die ausschließlich oder überwiegend für touristische Zwecke genutzt werden. Da die Fragenblöcke sich recht umfangreich darstellen, wurde die Auswertungsmatrix im Dienste der besseren Lesbarkeit in mehrere Teile aufgespalten (s. Abbildungen 53-54 für einen Gesamtüberblick).

Die erste Frage zielt darauf, ob die Befragten über ein Fahrzeug verfügen, das ausschließlich touristischen Zwecken dient. Etwa 40% der Befragten antworteten positiv. Sie waren alle männlich, weswegen in der weiteren Analyse der weibliche Anteil nicht weiter berücksichtigt wird.

Die Fahrzeugtypen, die von den Befragten angegeben wurden, spiegeln die Erwartung des Autors wider. Der größte Teil verfügt über PKW mit Verbrennungsmotoren (16,4%) und Allradfahrzeuge (19,4%), ein kleiner Teil über Minivans /-busse und eine Person über einen

kleinen Reisebus mit 35 Sitzen. Dass die Strecken insbesondere in Svaneti und dem Hochgebirge allgemein eher unwegsam sind, sind Allradfahrzeuge allgegenwärtig. Die Angabe des verwendeten Kraftstoffes lässt auch keinen Raum für Spekulationen, etwa 30% nutzen Benzinfahrzeuge und etwa 11% Dieselfahrzeuge. Dies liegt nach Einschätzung des Autors daran, dass Benzin als Kraftstoff eher verfügbar ist als Diesel und zudem auch günstiger. Alternative Antriebe finden sich auch im Tagesgeschäft eher in Tbilisi.

Interessant ist, dass einige Befragte ihre Fahrzeuge neu erworben haben, während die Mehrheit ihre Fahrzeuge als Gebrauchtfahrzeuge einkauft (36%). Es stellte sich heraus, dass ein Minibus und ein Allradfahrzeug zu den neu erworbenen Fahrzeugen gehören, während vor allem PKW mit Verbrennungsmotoren und Allradfahrzeug als Gebrauchtfahrzeuge erstanden werden. Einige Befragte vermieten ihre Fahrzeuge an Touristen: Hierbei handelt es sich um ein Fahrzeug mit Verbrennungsmotor und ein Allradfahrzeug. Dies entspricht den Beobachtungen des Autors, der sich selbst gelegentlich Fahrzeuge gemietet hat. Je nach dem wo man diese Fahrzeuge mietet, lässt sich der Zustand nicht mit kommerziellen Verleihfirmen messen. Dafür sind die Preise günstiger. Es empfiehlt sich der Abschluss einer georgischen Fahrzeugversicherung sofern der Vermieter über keine solche verfügt.

Rund 38% der Fahrzeuginhaber verwenden die von ihnen genutzten Fahrzeuge, um selbst als Fahrer Touristen durch Georgien zu führen. Hierfür werden in unterschiedlichen Anteilen alle angegebenen Fahrzeugtypen verwendet. Durch ihren größeren Anteil stechen Allradfahrzeuge und PKW mit Verbrennungsmotoren heraus.

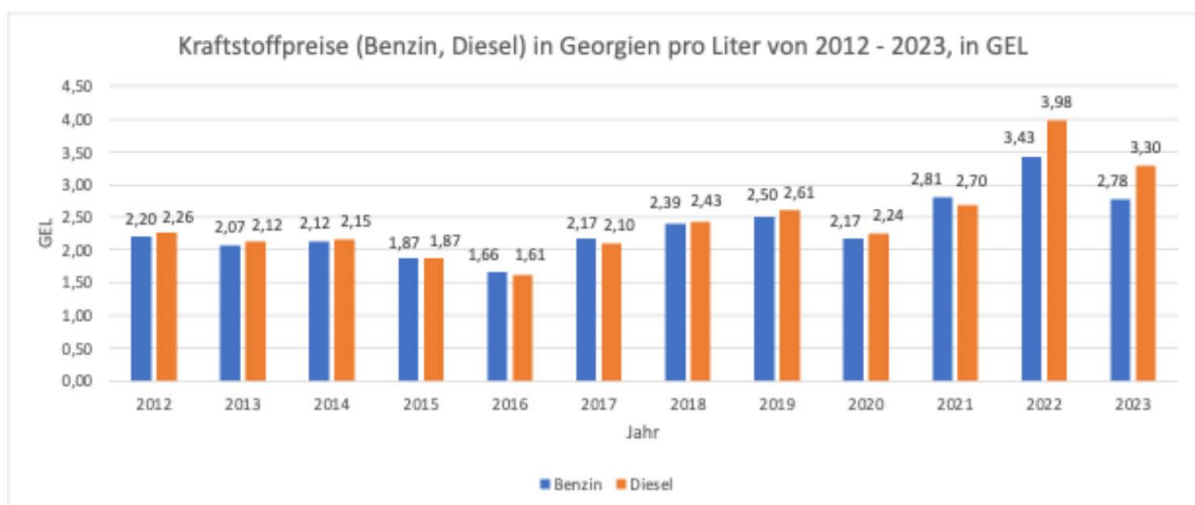


Abbildung 52: Entwicklung georgischer Kraftstoffpreise von 2012 – 2023, in GEL (Quelle: Eigene Darstellung nach NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2024a)

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen				
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 59	60 +
Do you own vehicles that you use for offering touristic purposes only?							
No	36,7%	23,3%	15,0%	16,7%	20,0%	5,0%	3,3%
Yes	40,0%		1,7%	8,3%	13,3%	11,7%	5,0%
What kind of vehicle(s) do you own for offering touristic purposes only (Please select all matching vehicles)?							
No answer	32,8%	20,9%	13,4%	14,9%	17,9%	4,5%	3,0%
Travel coach (up to 61 Seats)							
Small Bus (up to 35 Seats)	1,5%				1,5%		
Motorbike(s)							
Minivan (up to 5 seats)	4,5%				1,5%	3,0%	
Minibus (up to 15 seats)	4,5%				1,5%	1,5%	1,5%
Hybrid car							
Electric car							
Car with combustion engine	16,4%			6,0%	6,0%	4,5%	
Boat / Ship							
Bike(s)							
Airplanes							
4-Wheel-Drive car	19,4%		1,5%	1,5%	7,5%	6,0%	3,0%
Other							
What type of fuel the before mentioned vehicles use?							
No answer	35,5%	22,6%	14,5%	16,1%	19,4%	4,8%	3,2%
Special fuels (e.g. Kerosine)							
LPG / CNG							
Gasoline	30,6%		1,6%	6,5%	11,3%	9,7%	1,6%
Electricity (Electric engine)							
Diesel	11,3%			1,6%	3,2%	3,2%	3,2%
Other							
Did you buy the before selected vehicles as new or used vehicles?							
No answer	36,7%	23,3%	15,0%	16,7%	20,0%	5,0%	3,3%
Some were new, some were used	3,3%				1,7%	1,7%	
All were used	36,7%		1,7%	8,3%	11,7%	10,0%	5,0%
All were new							
Other							
What kind of vehicles mentioned before do you buy as new (Please select all matching vehicles)?							
No answer	73,3%	23,3%	16,7%	25,0%	31,7%	15,0%	8,3%
Travel coach (up to 61 Seats)							
Small Bus (up to 35 Seats)							
Motorbike(s)							
Minivan (up to 5 seats)							
Minibus (up to 15 seats)	1,7%					1,7%	
Hybrid car							
Electric car							
Car with combustion engine							
Boat / Ship							
Bike(s)							
Airplanes							
4-Wheel-Drive car	1,7%				1,7%		

Abbildung 53: Teil 1 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge welche die befragten Personen für touristische Zwecke nutzen, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60(Quelle: Eigene Darstellung)

What kind of vehicles mentioned before do you buy as used (Please select all matching vehicles)?							
No answer	34,4%	20,3%	14,1%	15,6%	17,2%	4,7%	3,1%
Travel coach (up to 61 Seats)							
Small Bus (up to 35 Seats)	1,6%				1,6%		
Motorbike(s)							
Minivan (up to 5 seats)	4,7%				1,6%	3,1%	
Minibus (up to 15 seats)	3,1%				1,6%		1,6%
Hybrid car							
Electric car							
Car with combustion engine	17,2%			6,3%	6,3%	4,7%	
Boat / Ship							
Bike(s)							
Airplanes							
4-Wheel-Drive car	18,8%		1,6%	1,6%	6,3%	6,3%	3,1%
Do you rent the before selected vehicles to tourists?							
No answer	43,3%	23,3%	15,0%	15,0%	28,3%	5,0%	3,3%
No	31,7%		1,7%	100,0%	5,0%	100,0%	5,0%
Yes, some of them	1,7%					1,7%	
Yes							
What kind of vehicles mentioned before do rent to tourists (Please select all matching vehicles)?							
No answer	73,8%	22,9%	16,4%	24,6%	32,8%	14,8%	8,2%
Travel coach (up to 61 Seats)							
Small Bus (up to 35 Seats)							
Motorbike(s)							
Minivan (up to 5 seats)							
Minibus (up to 15 seats)							
Hybrid car							
Electric car							
Car with combustion engine	1,6%					1,6%	
Boat / Ship							
Bike(s)							
Airplanes							
4-Wheel-Drive car	1,6%					1,6%	
Do you use the before selected vehicles to transport tourists as a driver within Georgia?							
No answer	36,7%	23,3%	15,0%	16,7%	20,0%	5,0%	3,3%
Yes	38,3%		1,7%	8,3%	13,3%	10,0%	5,0%
Yes, some of them	1,7%					1,7%	
No							
What kind of vehicles mentioned before do you use to transport tourists within Georgia as a driver (Please select all matching vehicles)?							
No answer	33,9%	21,5%	13,8%	15,4%	18,5%	4,6%	3,1%
Travel coach (up to 61 Seats)							
Small Bus (up to 35 Seats)	1,5%				1,5%		
Motorbike(s)							
Minivan (up to 5 seats)	4,6%				1,5%	3,1%	
Minibus (up to 15 seats)	4,6%				1,5%	1,5%	1,5%
Hybrid car							
Electric car							
Car with combustion engine	15,4%			6,2%	6,2%	3,1%	
Boat / Ship							
Bike(s)							
Airplanes							
4-Wheel-Drive car	18,5%		1,5%	1,5%	7,7%	4,6%	3,1%

Abbildung 54: Teil 2 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge welche die befragten Personen für touristische Zwecke nutzen, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60(Quelle: Eigene Darstellung)

Do you think that the price for fuel (GEL per litre) has increased overall since the beginning of the COVID-19 pandemic in Georgia?							
No answer		3,3%	1,7%		1,7%		
There was no change in the fuel price							
No, the fuel is cheaper today,							
Yes, more than 50%	18,3%			3,3%	5,0%	5,0%	5,0%
Yes, more than 20%	56,7%	20,0%	13,3%	21,7%	26,7%	11,7%	3,3%
Yes, more than 10%	1,7%		1,7%				
Yes, more than 5%							
Is the increasing price for fuel an economic problem for your tourism related business?							
No answer	13,3%	13,3%	8,3%	5,0%	6,7%	5,0%	1,7%
Yes	50,0%	3,3%	5,0%	1,7%	13,3%		
No	13,3%	6,7%	3,3%	18,3%	13,3%	11,7%	6,7%
Why is the increasing fuel price an economic problem for you (Please select all matching answers)?							
No answer	18,3%	15,0%	11,7%	5,0%	10,0%	5,0%	1,7%
There are occasionally shortages of fuel on the fuel station	31,7%	3,3%				1,7%	
There are less tourists and less income	18,3%	5,0%	3,3%	10,0%	13,3%	6,7%	1,7%
The taxes on fuel are too high	1,7%		1,7%	8,3%	8,3%	1,7%	3,3%
My vehicle uses a lot of fuel (e.g. large engine)	6,7%			1,7%	1,7%	1,7%	1,7%
The European Union plans to ban vehicles with a combustion engine by the year of 2035. Do you think this decision will affect you?							
I don't know.	8,7%	7,8%	2,6%	5,2%	6,1%	2,6%	
No, this won't affect me at all	5,2%	2,6%	4,3%	1,7%	0,9%		0,9%
Yes, prices for used combustion engine cars will rise	24,4%	1,7%	1,7%	6,1%	10,4%	4,3%	3,5%
Yes, it will strongly effect my business while I can't use electric vehicles (no charging infrastructure)	14,8%	0,9%		2,6%	5,2%	4,3%	3,5%
Yes, it will harm my business while it depends on combustion engine cars	18,3%		0,9%	4,3%	7,0%	3,5%	2,6%
Yes, I won't be able to obtain a wide vareity of used cars anymore	15,7%		0,9%	4,3%	7,0%	1,7%	1,7%

Abbildung 55: Teil 3 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich Fahrzeuge welche die befragten Personen für touristische Zwecke nutzen, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Auf die Frage nach dem Anstieg der Kraftstoffpreise seit Beginn der COVID-19-Pandemie gaben 56% der Gesamtbefragten an, dass sich Kraftstoff um etwa 20% verteuert habe. Diese Angaben werden durch die Auswertung der georgischen Kraftstoffpreise in Abbildung 52 bestätigt. Im Jahr 2022 betrug der Literpreis für Benzin 3,43 GEL (entspricht etwa 0,98 €) und für Diesel 3,98 (etwa 1,14 €); dies waren bisher die höchste Kraftstoffpreise in Georgien seit 2012. Eine plausible Erklärung ist die 2022 immer noch anhaltende Inflation (vgl. Leitzinsen S. 61) und die Nachwehen der COVID-19-Pandemie mit Verknappungserscheinungen im Kraftstoffsegment. Somit scheint der steigende Kraftstoffpreis ein primäres Problem des touristischen Transportsektors darzustellen, zumindest nach Aussage der befragten Personen. 50% geben an, dass die steigenden Preise ein wirtschaftliches Problem für ihre tourismuswirtschaftlichen Ambitionen darstellen. Nur 13% sehen das anders. Als Gründe finden sich Verknappungsproblematiken an Tankstellen mit rund 30% und für etwa 18% die Tatsache, dass ohne Touristen kein Einkommen generiert wird und der Kraftstoff somit zu teuer wird. Auch der hohe Verbrauch der Fahrzeuge wird von noch knapp 6% als Problem identifiziert.

Die letzte Frage befasste sich mit dem Problem, was passieren würde, wenn das von der Europäischen Union angestrebte Verbot von Verbrennungsmotoren im Jahre 2035 in Kraft treten würde (RAT DER EUROPÄISCHEN UNION 2022). Hierbei sind die Meinungen der Befragten unterschiedlich. Der größte Teil (24%) befürchtet, dass die Preise für Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren (drastisch) ansteigen wird. Rund 18% befürchten wirtschaftliche Einbußen für ihr Transportgeschäft, da sie auf Verbrennungsmotoren angewiesen sind. 15% geben an, dass sie dann auf eine große Auswahl an Gebrauchtfahrzeugen mit Verbrennungsmotor verzichten müssten. 14% hingegen sind der Meinung, dass Sie vollständig abhängig von Verbrennungsmotoren sind, da Sie keine alternativen Antriebe wie etwa Elektrofahrzeuge nutzen können, da überhaupt keine Ladeinfrastruktur verfügbar ist bzw. sein wird.

Alle diesen Einschätzungen sind nachvollziehbar, weil eine Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge nur punktuell vorhanden ist (vgl. Abbildung 56). Zudem ist Georgien eine der größten Gebrauchtwagenmärkte im Südkaukasus (LOMSADZE 2022). Hier werden Fahrzeuge aus Westeuropa (vor allem Deutschland) und den Vereinigten Staaten feilgeboten. Ein Verbot von Verbrennungsmotoren durch die EU würde sich zweifelsohne auf die Breite des Angebotes auswirken.



Abbildung 56: Einzelne Ladesäule für Elektrofahrzeuge in Tbilisi am Zurab-Zhvania-Platz. Eines der wenigen Exemplare, die man dort findet. In Svaneti wurde noch keine Ladesäule entdeckt (Quelle. Eigenes Foto)

Nun kommen wir zur Auswertung des Themengebietes: *COVID-19*. Da sich die gesamte Arbeit mit dem Themenkomplex rund um *COVID-19* und die Auswirkungen der Pandemie auf den georgischen Tourismus befasst, ist es leicht nachvollziehbar, dass auch ein Teil der Befragung dieses Thema abarbeitet. Die gesamte Auswertungsmatrix findet sich in den Abbildungen 53-55.

Die Frage nach dem empfindlichen Störungspotential der *COVID-19*-Pandemie gegenüber dem georgischen Tourismus, wurde wenig überraschend von über 80% der Befragten bejaht. Nur ein kleiner Teil sieht in der Pandemie bestenfalls ein geringes Risiko, dem georgischen Tourismus zu schaden. Die nächsten beiden Fragen erörtern den Besucherstrom vor dem Eintreten der Pandemie. Hierbei wurden die Befragten nach ihren Herkunftsregionen sortiert, so dass man anhand dieser feststellen konnte, wie sich der Besucherfluss verändert hat. Die Befragten aus Samegrelo-Zemo Svaneti, also Obersvaneti, in dem auch Mestia liegt, gaben mit großer Mehrheit an, dass sich der Besucherfluss an einheimischen Touristen im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie nicht verändert hätte. Dieses Bild zeichnen auch die Antworten aus den anderen Regionen. Lediglich 21% der Befragten aus Obersvaneti gaben an, dass vor der Pandemie mehr einheimische Touristen nach Obersvaneti gekommen wären.

Anders sehen die Werte bei der Frage nach internationalen Touristen aus. Hier geben alle Befragten an, dass vor der Pandemie mehr internationale Touristen nach Georgien kamen. Diese Angaben decken sich mit den Ergebnissen im Kapitel Overtourism (vgl. Seite 76). Die Herkunft der einheimischen Touristen vor der Pandemie in die Regionen der Befragten ist eher als homogen zu betrachten, massive Abweichungen vom Durchschnitt konnten nicht festgestellt werden, Tbilisi stellt rechnerisch den Herkunftsort dar, aus dem die meisten einheimischen Touristen nach Obersvaneti kamen. Auch bei den internationalen Touristen gibt es keine nennenswerten Ausreißer. Insgesamt kamen mit 10,8% am meisten Touristen aus der Russischen Föderation nach Obersvaneti.

Diese Aussage wiederholt sich vor dem Hintergrund der Besucherströme nach der Pandemie. Hier gibt es keine signifikante Abweichung bei den Binnentouristen gegenüber dem Wert vor der Pandemie. Tbilisi ist wieder als Hauptherkunftsort einzustufen. Auch bei den internationalen Touristen findet sich keine unerwartete Entwicklung. Die Russische Föderation stellt nach der Pandemie immer noch die meisten Touristen in Obersvaneti mit etwa 20%. Überraschend fällt die Bundesrepublik Deutschland auf 4,2% ab, während vor der Pandemie noch etwa 6,5% der Gäste aus der Bundesrepublik kamen. Eine Erklärung

könnte sein, dass deutsche Touristen nach der Pandemie zunächst nähergelegene Ziele (relativ zu Deutschland) für Urlaubsreisen gewählt haben (STATISTISCHES BUNDESAMT 2023).

Die Spuren, welche die Pandemie hinterlassen hat, werden in den nächsten Fragen beleuchtet. Die Auswertungsmatrix umfasst die Abbildungen 57-60. Rund 55% der Befragten geben an, dass die COVID-19-Pandemie einen sehr negativen Effekt auf ihre persönliche wirtschaftliche Situation hatte, etwa 42% gaben an das die Effekte leicht negativ waren. Einigkeit herrscht unter den befragten Personen zum Thema wirtschaftliche Entwicklung des Tourismus in Georgien. Hier sind sich 100% der Befragten einig, dass die Pandemie einen sehr negativen Effekt auf die georgische Tourismuswirtschaft hatte. Dies gilt auch für die gesamtwirtschaftliche Situation in Georgien; auch hier geben 100% der Befragten an, dass die Pandemie einen sehr negativen Eindruck hinterlassen habe. Etwa 58% der Befragten sind der Ansicht, dass Georgien langfristig mit den Folgen der Pandemie zu kämpfen habe. Etwa 40% glauben zusätzlich, dass auch sie selbst sich auf langfristige Konsequenzen einstellen müssen.

Auch wenn dem Autor bewusst ist, dass das Vertrauen in der georgischen Regierung abnimmt, je weiter man sich von der Hauptstadt entfernt, fand er es doch spannend, ein Meinungsbild zur Performance der georgischen Regierung in der COVID-19-Krise einzuholen. Auf die Frage, ob die Maßnahmen der georgischen Regierung, die COVID-19-Pandemie einzudämmen, nützlich waren, gaben rund 65% der Befragten an, dass die Maßnahmen unnütz gewesen seien. Rund 15% sind sogar der Meinung, dass die Maßnahmen vollkommen nutzlos gewesen seien. Diese Ansichten verteilen sich eher gleichmäßig auf alle Altersgruppen der Befragten.

Auf die Frage, ob die georgische Regierung vorbereitet gewesen sei die COVID-19-Pandemie einzudämmen, zeigt sich ein ähnliches Bild mit annähernder Altersverteilung. 65% sind der Meinung, dass die Regierung nicht vorbereitet gewesen sei. Etwa 22% sagen aus, dass die Regierung auf gar keinen Fall vorbereitet gewesen sei.

Auch die Maßnahmen zur Warnung und zum Schutz der Bevölkerung kommen bei den befragten Personen nicht gut an. Etwa 63% sagen, dass die Regierung nicht genügend Anstrengungen unternommen habe um die Bevölkerung sachgerecht vor der Pandemie und ihren Folgen zu warnen bzw. schützen. 26% sind sogar der Ansicht, dass die Regierung auf gar keinen Fall etwas unternommen habe um die Sicherheit der Bevölkerung zu gewährleisten. Etwa 39% der Befragten lehnen die Schließung der georgischen

Fragen	Geschlecht		Altersgruppen											
	männlich	weiblich	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45-59	60 +							
Do you think that the COVID-19 pandemic overall will harm the process of tourism development in Georgia for the future?														
Yes, it will do severe harm	68,3%	21,7%	13,3%	23,3%	31,7%	15,0%	6,7%							
Yes, it will do a bit harm	5,0%	1,7%	3,3%			1,7%	1,7%							
No, it will not harm the process, just slow it	3,3%			1,7%	1,7%									
No, nothing happens. Development goes on.														
	Yes, there were more domestic tourists before the pandemic	No, there have been less domestic tourists coming to my area before the pandemic.	The number of domestic tourists coming to my area was the same.	No answer										
Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more national (domestic) Tourists (Georgians) were														
Tbilisi	1,7%		3,3%	3,3%										
Samegrelo - Zemo Svaneti	21,7%		50,0%	1,7%										
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	5,0%		11,7%											
Kakheti			1,7%											
Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more international Tourists (from outside Georgia) were														
Tbilisi	6,7%													
Samegrelo - Zemo Svaneti	73,3%													
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	16,7%													
Kakheti	1,7%			1,7%										
	Adjara	Guria	Imereti	Kakheti	Kvemo Kartli	Mtskheta-Mtianeti	Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	Samegrelo-Zemo Svaneti	Samtskh e-Javakheti	Tbilisi	No answer			
From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area before the COVID-19 pandemic in March 2020?														
Tbilisi	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,2%	0,4%			
Samegrelo - Zemo Svaneti	7,9%	7,9%	7,7%	7,5%	7,5%	8,1%	7,0%	4,4%	6,2%	8,9%	0,2%			
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	0,4%	1,7%	2,1%	2,1%				
Kakheti	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%				
	Germany	Poland	Czech Republic	France	Great Britain	Armenia	Azerbaijan	Iran	Israel	Ukraine	Russian Federation	Other EU-Countries	Other Countries	No answer
From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area before the COVID-19 pandemic in March 2020?														
Tbilisi	0,8%	1,0%	0,8%	0,8%	1,0%	0,5%	0,5%	0,5%	0,8%	0,8%	1,0%	1,0%	1,0%	0,3%
Samegrelo - Zemo Svaneti	6,5%	8,5%	7,0%	3,0%	4,5%	0,5%	0,3%	0,3%	6,8%	4,5%	10,6%	8,0%	8,5%	
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	1,3%	1,8%	1,8%	1,5%	1,0%	0,3%			1,5%	1,5%	2,5%	2,3%	2,3%	
Kakheti	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%			0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	
	Adjara	Guria	Imereti	Kakheti	Kvemo Kartli	Mtskheta-Mtianeti	Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	Samegrelo-Zemo Svaneti	Samtskh e-Javakheti	Tbilisi	No answer			
From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area after the COVID-19 pandemic?														
Tbilisi	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,2%	0,4%			
Samegrelo - Zemo Svaneti	7,7%	8,0%	7,3%	7,3%	8,0%	8,0%	6,9%	4,4%	6,3%	9,0%	0,2%			
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	0,6%	1,7%	1,9%	2,1%				
Kakheti	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%				
	Germany	Poland	Czech Republic	France	Great Britain	Armenia	Azerbaijan	Iran	Israel	Ukraine	Russian Federation	Other EU-Countries	Other Countries	No answer
From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area after the COVID-19 pandemic?														
Tbilisi	1,4%	0,9%	1,4%	1,4%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	1,8%	0,9%	1,8%	0,5%
Samegrelo - Zemo Svaneti	4,2%	6,0%	8,8%	0,9%	2,3%				0,9%	1,4%	20,3%	7,4%	14,8%	
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	0,5%	1,4%	1,4%	0,5%	0,5%				0,9%	0,9%	4,6%	2,3%	3,7%	
Kakheti		0,5%	0,5%						0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	
	Had a very negative effect	Had a mild negative effect	Had no effect	Had a mild positive effect	Had a very positive effect									
Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on your personal economic situation? (Including your family)														
Tbilisi	1,7%	5,0%	1,7%											
Samegrelo - Zemo Svaneti	45,0%	28,3%												
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	8,3%	8,3%												
Kakheti	0,0%	1,7%												

Abbildung 57: Teil 1 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

	Had a very negative effect	Had a mild negative effect	Had no effect	Had a mild positive effect	Had a very positive effect	
Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the touristic economic situation in Georgia?						
Tbilisi	8,3%					
Samegrelo - Zemo Svaneti	73,3%					
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	16,7%					
Kakheti	1,7%					
	Had a very negative effect	Had a mild negative effect	Had no effect	Had a mild positive effect	Had a very positive effect	
Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the general economic situation in Georgia?						
Tbilisi	8,3%					
Samegrelo - Zemo Svaneti	73,3%					
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	16,7%					
Kakheti	1,7%					
	Yes, I will have to deal personally with this problems for a longer time	Yes, Georgia will have to deal with this problems for a long time	Yes, both Georgia and I will have to deal with this problems for a long time	No, I don't think this problems are long-lasting		
Do you think that the economic effects of the COVID-19 pandemic will be long-lasting problems for you personally (or your family)?						
Tbilisi		8,3%				
Samegrelo - Zemo Svaneti		41,7%	31,7%			
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti		8,3%	8,3%			
Kakheti		1,7%				
	They have been very useless	They have been useless	They had no effect	They have been useful	They have been very useful	No answer
Do you think the measures taken by the government to contain the spread of COVID-19 were useful?						
Tbilisi	1,7%	1,7%	5,1%			
Samegrelo - Zemo Svaneti	10,2%	52,5%	6,8%	1,7%		1,7%
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	3,4%	13,6%				
Kakheti			1,7%			
18 - 24	3,4%	8,5%	5,1%			
25 - 34	3,4%	16,9%	1,7%			1,7%
35 - 44	5,1%	27,1%	1,7%			
45 - 59	1,7%	10,2%	3,4%	1,7%		
60 and older	1,7%	5,1%	1,7%			

Abbildung 58: Teil 2 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

	Under no circumstances	Not really	A little bit	Yes, they were well prepared	I don't know	No answer
Do you think the government was prepared for the containment of the COVID-19 virus?						
Tbilisi	1,7%	5,0%	1,7%			
Samegrelo - Zemo Svaneti	15,0%	50,0%	3,3%	1,7%		3,3%
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	6,7%	10,0%				
Kakheti			1,7%			
18 - 24	5,0%	10,0%	1,7%			
25 - 34	5,0%	18,3%				1,7%
35 - 44	5,0%	25,0%	1,7%			1,7%
45 - 59	6,7%	8,3%		1,7%		
60 and older	1,7%	3,3%	3,3%			
Do you think the government did take enough measures to warn and protect the population against the COVID-19 virus?						
Tbilisi	1,7%	5,0%	1,7%			
Samegrelo - Zemo Svaneti	20,0%	46,7%		1,7%	1,7%	3,3%
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	5,0%	11,7%				
Kakheti		1,7%				
18 - 24	6,7%	10,0%				
25 - 34	10,0%	13,3%				1,7%
35 - 44	3,3%	28,3%				1,7%
45 - 59	3,3%	10,0%		1,7%	1,7%	
60 and older	3,3%	3,3%	1,7%			
	Yes	No	I don't know			
Do you think it is a good idea to close the borders (air, sea and land borders) to prevent the COVID-19 virus from spreading to other countries?						
Tbilisi	6,7%	1,7%				
Samegrelo - Zemo Svaneti	11,7%	35,0%	26,7%			
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	6,7%	3,3%	6,7%			
Kakheti	1,7%					
18 - 24	1,7%	11,7%	3,3%			
25 - 34	5,0%	5,0%	15,0%			
35 - 44	15,0%	8,3%	10,0%			
45 - 59	3,3%	8,3%	5,0%			
60 and older	1,7%	6,7%				
	Yes	No	No, but I want to be vaccinated	No answer		
Are you vaccinated with any corona vaccine?						
Tbilisi	8,3%					
Samegrelo - Zemo Svaneti	21,7%	23,3%	13,3%	15,0%		
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	6,7%	1,7%	5,0%	3,3%		
Kakheti	1,7%					
18 - 24	6,7%	8,3%	1,7%			
25 - 34	6,7%	8,3%	6,7%	3,3%		
35 - 44	16,7%	5,0%	5,0%	6,7%		
45 - 59	5,0%	1,7%	5,0%	5,0%		
60 and older	3,3%	1,7%		3,3%		

Abbildung 59: Teil 3 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

	Yes	No	I don't know
Are you worried that there will be another infection wave in future in Georgia regarding some new mutant variants of the COVID-Virus?			
Tbilisi	8,3%		
Samegrelo - Zemo Svaneti	33,3%	10,0%	30,0%
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	11,7%		5,0%
Kakheti	1,7%		
18 - 24	8,3%	1,7%	6,7%
25 - 34	13,3%	1,7%	10,0%
35 - 44	23,3%	3,3%	6,7%
45 - 59	8,3%	3,3%	5,0%
60 and older	1,7%		6,7%

Abbildung 60: Teil 4 der Auswertungsmatrix für den Umfragebereich COVID-19 in Georgien, in %, nach Geschlecht und Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Außergrenzen zur Eindämmung des COVID-19-Virus ab. Rund 32% haben dazu keine Meinung und etwa 25% halten die Maßnahme für sinnvoll.

Mit den letzten beiden Fragen bewegt sich der Autor auf gewagtes Terrain. Zunächst sollte die Frage nach dem Impfstatus der Befragten gestellt werden. Hier gaben überraschenderweise rund 36% der Befragten an, gegen COVID-19 geimpft zu sein, etwa 25% seien nicht geimpft. Rund 18% sind nicht geimpft, würden diesen Schritt aber in Erwägung ziehen. Ebenfalls 18% verweigerten eine Antwort. Hier hätte der Autor mit deutlich weniger Impfbereitschaft gerechnet, vor allem aus den Erkenntnissen während der Pandemie, in der Impfgegner oder *Anti-Vaxxers* die georgische Öffentlichkeit mit ihrer impfeindlichen Haltung in Atem hielten (KAKABADZE 2021; LOMSADZE 2021).

Die letzte Frage befasste sich mit dem möglichen Wiederauftreten einer neuen Pandemie (z.B. durch mutierte Varianten des COVID-19-Virus). Hierbei gaben etwa 53% der Befragten an, sich vor einer erneuten Pandemie zu fürchten. 10% sahen die Sache eher gelassen und etwa 35% verweigerten die Antwort.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Auswertung der durchgeführten Umfrage interessante Erkenntnisse zu Tage gefördert hat, die dem Autor vorher nicht ohne weiteres bekannt gewesen wären. Auch dass die Gruppe der befragten Personen verhältnismäßig klein gewesen ist, tut der Studie keinen Abbruch.

4.2. *Tourismus oder Overtourism? – Wie COVID-19 Georgien veränderte*

Hinweis zur Datenlage: In diesem Kapitel wird eine Reihe statistischer Daten aus unterschiedlichen Quellen ausgewertet. Hauptsächlich sind dies Quellen der georgischen Statistikbehörde GEOSTAT und der georgischen Tourismusbehörde GNTA. In vielen Diagrammen fehlt das Jahr 2021 vollständig oder teilweise. Dies ist kein Fehler, in diesem Zeitraum wurden aufgrund der COVID-19-Pandemie von den o.g. Behörden keine Erhebungen durchgeführt. Somit liegen auch keine Daten vor. Die einzige Ausnahme bildet die Erhebung von Reisenden, da diese an den üblichen Grenzkontrollstationen automatisch erfasst wurden.

Diese Arbeit war anfänglich anders konzipiert. *Overtourism* sollte im Zentrum der Forschung stehen. Wie allerdings allgemein bekannt ist, führte 2020 eine Pandemie zum kurzfristigen Beinahestillstand der Welt und damit auch der Tourismusbranche. Von dieser Entwicklung blieb auch Georgien nicht verschont. Der gerade eingesetzte Tourismusboom führte zu einer Euphorie mit Slogans wie #spendyoursummerinGeorgia (aus dem später #spendallseasonsinGeorgia wurde) und auch die ersten Anzeichen von *Overtourism* hielten in das Land am Schwarzen Meer Einzug, das durch die Frankfurter Buchmesse 2018 noch einen Aufmerksamkeitsschub erhalten hatte. Alles schien gut zu laufen, das dachten sicher auch die Einheimischen, die vom Tourismus lebten.

Doch im März 2020 klopfte die COVID-19-Pandemie an die halboffene Tür Georgiens und nichts war wie vorher (GÓRKA-WINTER 2020: 80). Das touristische Sommergeschäft 2020 brach weg. Erste Anflüge von Verzweiflung machten sich breit und die Menschen waren wie anderswo auf der Welt stark verunsichert. Wie lange würde die Pandemie dauern? Gibt es eine Rückkehr zur bekannten Normalität? Auch existenzielle Fragen spielten eine Rolle, vor allem, weil viele Menschen in den Tourismus investiert hatten – mit aufgenommenem Geld. Wäre es möglich, die Kredite für die Investitionen zu bedienen? Die Antworten kennen wir aus dem vorhergehenden Kapitel.

Auch der Autor wurde von der Pandemie mitten in seinen Studien überrascht. Es war nicht klar, wie lange der Zustand anhalten würde. Mit zunehmender Pandemie, mit aufkommenden Impfungen und den Masken wurde die Situation zum Teil erträglich aber noch lange nicht gut. Reisesperren für Auslandsaufenthalte zur Datenerhebung blieben in Kraft und es gab keine Möglichkeit an Daten zu kommen.

Weil die Misere bis nach der Sommersaison 2021 angehalten hatte und sich nur langsam eine Entspannung abzeichnete, war das Thema *Overtourism in Georgien* für den Autor kein Thema mehr. So musste auch die Struktur der Arbeit von Grund auf geändert werden. Daher wurde auf die Bearbeitung des Aspekts *Overtourism in Georgien* verzichtet. Es geht nun um Veränderungen der Zeit vor und nach der COVID-19-Pandemie, also um die Analyse der Veränderungen im georgischen Tourismus. Es wird nur einen kurzen Abriss zum Thema *Overtourism* geben, der sich allerdings nur auf Beobachtungen aus den Jahren 2019 und 2022 stützt.

Dennoch wäre es nicht sinnvoll, dieses Thema völlig außer Acht zu lassen, da *Overtourism* langfristig ein Problempotential für Georgien bedeuten kann. Der Begriff lässt sich nur schwer ins Deutsche übersetzen, hauptsächlich deshalb, weil es keine vergleichbaren Wortkonstruktionen in der deutschen Sprache gibt. Die Übersetzung *Übertourismus* ist sachlich zwar nicht falsch, wenn man die erste Worthälfte im Sinne von überbordend, oder überstrapaziert versteht. Dennoch klingt der Begriff sperrig, konstruiert und wenig präzise. In Ermangelung einer besseren Alternative verwendet deshalb der Autor den englischen Begriff. Die UNWTO definiert *Overtourism* wie folgt (WORLD TOURISM ORGANIZATION 2018: 4):

„The impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way.“

Hierbei ist die Definition der Responsible Tourism Partnership gleich mitenthalten:

„Destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably. It is the opposite of Responsible Tourism which is about using tourism to make better places to live in and better places to visit. Often both visitors and guests experience the deterioration concurrently.“

In der deutschen Literatur gibt es Ansätze für Definitionen bei KAGERMEIER (2021: 21) und KIRSTGES (2020: 103), die sich allerdings im Wesentlichen auf die Definitionen der UNWTO beziehen. Aktuelle Beispiele der deutschen Literatur findet man bei BAUMGARTNER (2021: 27–28, EISENSTEIN u. SCHMÜCKER (2021: 34–37) sowie KAGERMEIER u. ERDMENGER (2020:

98). Nach Ansicht des Autors, lässt sich der *Overtourismus* wie folgt definieren, wobei hier die Idee der Erlebnisse in Georgien folgt:

„Overtourismus bezeichnet den Zustand, in dem sich eine touristische Destination gleich welcher Art befindet, der mit einem exzessiven d.h. statistisch überproportional starkem Aufkommen von Touristen einhergeht und gleichzeitig die Lebensweise und/oder Lebensqualität der angestammten Bevölkerung innerhalb der Destination erheblich einschränkt und immense und/oder irreparable Folgen für die naturräumlichen Gegebenheiten in einem definierten Gebiet auf Grund des exzessiven Touristenaufkommens nach sich zieht.“

Ergänzend ist zu erwähnen, dass beim Begriff *Overtourismus*, in aller Regel die negative Konnotation im Vordergrund steht, d.h. dass der negative Einfluss des Tourismus hervorgehoben werden soll. Grundsätzlich ist es so, dass vor der Definition von *Overtourismus* der Oberbegriff *Tourismus* geklärt werden muss. Es sei angemerkt, dass sich viele deutschsprachige Definitionen noch auf den Begriff „Fremdenverkehr“ beziehen. Dieser heute historisch wirkende Begriff, der langsam aus dem allgemeinen Sprachgebrauch verschwindet, wurde u.A. auch in namhaften deutschen Institutionen weitgehend ersetzt. So hat sich der Deutsche Fremdenverkehrsverband bereits 1999 in Deutscher Tourismus-Verband umbenannt. Aus Gründen der internationalen Anwendbarkeit belässt der Autor es bei der aktuellen Definition, die auch die UNWTO nutzt. Sie Definition besteht aus mehreren Teilen, die hier dargestellt werden (UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS 2010: 9–10):

Travel refers to the activity of travellers. A traveller is someone who moves between different geographic locations for any purpose and any duration.

Those who undertake travel, be it domestic, inbound or outbound, will be called domestic, inbound or outbound travellers, respectively.

Trip refers to the travel by a person from the time of departure from his usual residence until he/she returns: it thus refers to a round trip. A trip is made up of visits to different places

A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business,

leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited.

These trips taken by visitors qualify as tourism trips.

Tourism refers to the activity of visitors.

Tourism is therefore a subset of travel and visitors are a subset of travellers. These distinctions are crucial for the compilation of data on flows of travellers and visitors and for the credibility of tourism statistics.

A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor) if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise.

Das Vorteilhafte an dieser Definition ist, dass der Vorgang des Reisens (travel) und der Reisende (visitor) eine untrennbare Verbindung eingehen und durch die Aktivität des Reisenden und das daraus folgende Zusammenspiel der Zustand erreicht wird, den man gemeinhin als Tourismus (also den Gesamtzustand) bezeichnet.

In Georgien kann man zudem verschiedene Arten und Ausprägungen des Tourismus antreffen. Durch die Lage des Landes und seine klimatischen Bedingungen eröffnet sich dem Tourismus schon aus diesem Grund ein weites Feld. Die wichtigsten Tourismusarten in Georgien sind aus Abbildung 61 zu entnehmen. Viele der genannten Tourismusarten lassen sich vor Ort entdecken, tauchen aber zum Leidwesen der Statistiker in keiner offiziellen Statistik auf. Eine weitere Besonderheit der georgischen Tourismusstatistik ist der Fall des *international traveler*, d.h. der internationalen Reisenden. Hierbei ist zu beachten, dass die GNTA und ihre Statistiken davon ausgehen, dass zu internationalen Reisenden alle georgischen Staatsangehörigen gehören, die im Ausland leben, jedoch keine ausländischen Staatsangehörigen, die in Georgien leben.

Weiterhin sind folgende im Tourismus gebräuchlichen Begriffe seitens der GNTA definiert:

International Traveler Trips = An international traveler is someone who moves between different geographic locations for any purpose and any duration. It excludes foreign citizens who are Georgian residents and includes Georgian citizens who are foreign residents.

International Visitor Trips: An international visitor is a traveler taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited.

The usual environment of an individual, a key concept in tourism, is defined as the geographical area within which an individual conducts his/her regular life routines. For defining usual environment in Georgia travelers conducting 8 and more trips are excluded from the data.

Tourist (Overnight) Trips: A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor) if his/her trip includes an overnight stay.

Same Day Trips: A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a same-day visitor (or excursionist) if his/her trip does not include an overnight stay.

Other (non-tourism): Other (non-tourist) – are characterized by the reason for which they are excluded from visitors: either being less than 15 years old or being within the usual environment.

Darüber hinaus hat Georgien 2023 ein Tourismusgesetz erlassen, das die Belange des Tourismus regeln soll. Hier findet sich auch eine Definition des *Tourismus* (PARLIAMENT OF GEORGIA 2023).

Tourism: free, voluntary, temporary movement of people outside their place of residence for recreation, health, satisfaction of cultural and cognitive interest, personal, business and/or professional purpose, which is not related to remunerated activities in the destination country or destination

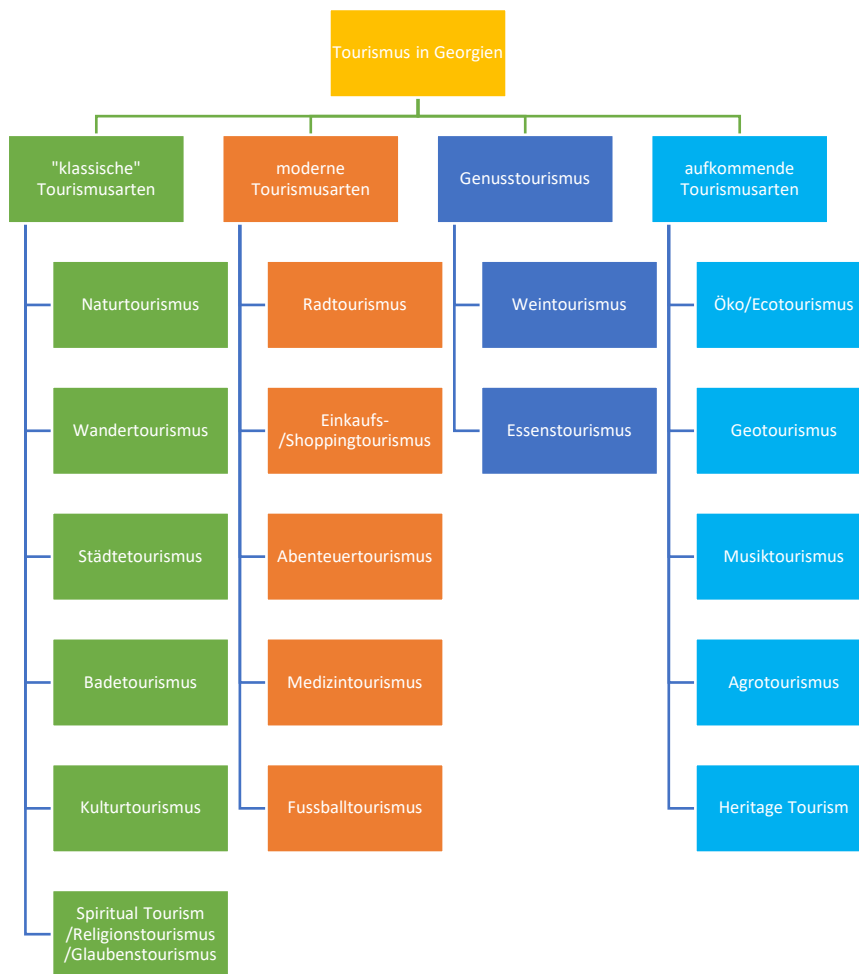


Abbildung 61: Vorhandene Tourismusarten in Georgien (Quelle: Eigene Darstellung)

4.2.1. Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Georgien

Es ist unumstritten, dass der Tourismus einen festen Platz im georgischen Wirtschaftsgefüge hat (APPLIS 2022: 54). Es leben nicht nur viele Personen direkt vom Tourismus sondern es sind auch viele Personen indirekt vom Tourismus abhängig, so z.B. als Fahrer, Zulieferer für Dinge des touristischen Bedarfes oder als Dienstleister für touristische Unternehmen. Schaut man sich die Bruttowertschöpfung im Bereich Tourismus an, so stellt man fest, dass im Jahre 2019, also ein Jahr vor der COVID-19-Pandemie, der Tourismus etwa 8,41% vom gesamtgeorgischen BIP ausmachte (s. Abbildung 62). Dieser Wert ist nur scheinbar niedrig, doch vergleicht man den Tourismusanteil am BIP mit Deutschland, so stellt man fest, dass der Tourismus 2019 etwa 4% des BIP ausmachte (STATISTISCHES BUNDESAMT 2024). Georgien hatte jedoch 2019 ca. 3,7 Mio. Einwohner (GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA 2023),

Deutschland etwa 83,2 Mio. (STATISTISCHES BUNDESAMT 2020). Vergleicht man den Wert mit Bayern, das Georgien in der Fläche sehr nahekommt, stellt man fest, dass hier der Anteil des Tourismus am BIP im Jahr 2019 ca. 4,9% betrug (BAYRISCHE STAATSREGIERUNG 2023).

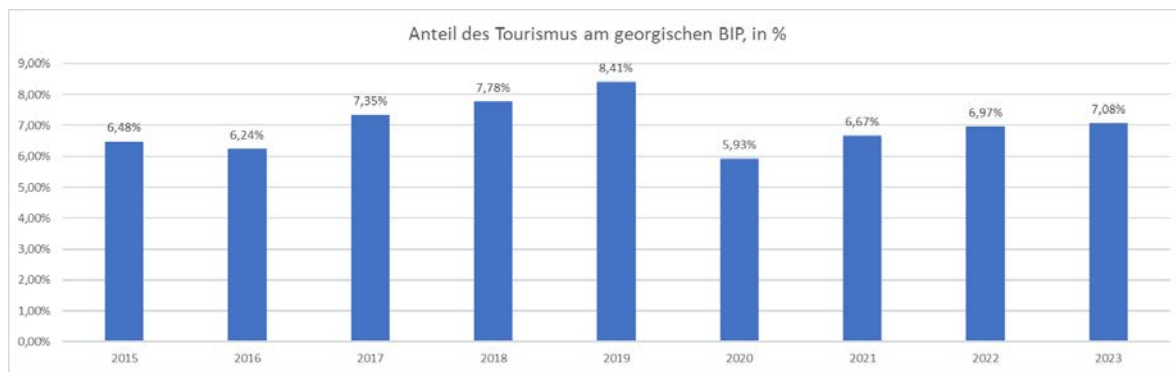


Abbildung 62: Anteil des Tourismus am georgischen BIP 2015-2023, in % (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024a)

Gerade in den Folgejahren ab 2022, als die Pandemiebeschränkungen für den Tourismus gelockert wurden, hat die georgische Tourismuswirtschaft nicht nur empfindliche Einbußen, sondern auch strukturelle Probleme ausgelöst durch die Pandemie, abfangen müssen. Vergleicht man die Anteile der Bruttowertschöpfung des Tourismus in Georgien (Abbildung 63), fällt auf, dass das Beherbergungsgewerbe und die Gastronomie intensiv unter den Folgen zu leiden hatten. Dieser Teilbereich hatte 2020 im Vergleich zu 2019 Einbußen um die 20% zu verzeichnen.

Werte	Jahre								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Gross value added of tourism industries	855.950.368 €	754.055.265 €	934.349.875 €	972.882.889 €	1.193.980.263 €	804.443.478 €	876.728.236 €	1.257.860.068 €	1.733.664.267 €
Air transport	15.844.496 €	12.779.745 €	26.476.389 €	35.281.582 €	50.493.421 €	27.381.333 €	34.526.415 €	44.285.316 €	47.123.134 €
Accommodation	264.990.009 €	227.442.711 €	309.723.449 €	382.387.464 €	512.993.421 €	200.160.493 €	274.728.241 €	382.404.280 €	489.888.162 €
Food and beverage service activities	182.503.662 €	176.418.399 €	207.351.591 €	198.258.536 €	218.256.579 €	178.603.530 €	172.301.230 €	286.920.085 €	458.723.074 €
Travel agencies, tour operator reservation services and related activities	32.242.130 €	31.513.305 €	39.446.822 €	38.710.855 €	50.789.474 €	9.933.343 €	25.226.711 €	33.518.013 €	45.247.167 €

Abbildung 63: Georgische Bruttowertschöpfung der Tourismusbranche 2015-2021 (Werte für 2023 sind Schätzwerte), in €, Höchstwerte rot markiert (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024a).

Der Referenzwert für 2019 liegt bei 218.156.579 €, der Wert im Jahr 2020 bei 178.603.530 €. 2021 lag der Wert bei sogar nur 22% (172.301.230 €), also fast einem Viertel der gesamten Wertschöpfung des Vor-Pandemie-Niveaus. 2022 stieg nach etwa 1,5 Jahren der Wertschöpfungsanteil um 40% auf 286.920.085 €. Der Anstieg von 2021 zum Jahr 2023 ist noch signifikanter. Hier erreichte man eine Steigerung um etwa 63% auf

458.723.074 €. Für das Referenzjahr 2019 bedeutet das eine Steigerung von 24% nach 2022 und etwa 53% nach 2023.

Werte	Jahre							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Accommodation	351.292.125 €	393.672.450 €	477.303.759 €	598.230.395 €	664.877.945 €	62.869.390 €	963.082.865 €	1.659.469.473 €
Cultural and Entertainment Services	296.146.523 €	306.872.263 €	383.439.444 €	462.808.139 €	502.863.779 €	64.692.934 €	334.632.442 €	458.065.139 €
Shopping	494.855.924 €	395.537.510 €	436.317.405 €	519.909.848 €	592.194.622 €	63.310.975 €	479.790.717 €	1.065.494.363 €
Domestic Ground Transportation	117.325.551 €	122.261.065 €	173.902.281 €	180.893.326 €	212.021.326 €	23.272.795 €	246.766.884 €	332.176.027 €
Served Food and Drinks	428.086.093 €	402.539.327 €	531.127.501 €	731.398.233 €	771.045.269 €	104.105.152 €	1.032.288.648 €	985.046.772 €
Other	88.314.882 €	57.152.237 €	70.424.347 €	60.939.903 €	57.027.082 €	6.792.581 €	29.186.018 €	57.637.237 €
Total Expenditure	1.776.021.097 €	1.678.034.851 €	2.072.514.738 €	2.554.179.845 €	2.800.030.023 €	325.043.828 €	3.085.747.574 €	4.557.889.011 €
Average Expenditure per Visit	338 €	311 €	320 €	355 €	363 €	290 €	656 €	738 €

Abbildung 64: Ausgaben der internationalen touristischen Besucher in Georgien 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal), in €, Höchstwerte sind rot markiert (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b).

Aktuell scheint es, dass es zumindest im Gastronomiebereich Grund zur Hoffnung gibt, wenn dieser Trend anhält. Auch der Beherbergungssektor hatte nach der Pandemie mit großen Schwierigkeiten zu kämpfen. So verringerte sich die Wertschöpfung vom Referenzjahr 2019 (512.993.421 €) zu 2020 um etwa 61% (200.160.493 €). Auch 2021 stellte sich eine Verschlechterung im Vergleich zu 2019 um etwa 47% ein (274.728.241 €). In 2022 begann sich der Beherbergungssektor wieder zu erholen – allerdings mit einer Verschlechterung von etwa 25% (382.404.280 €), also knapp einem Viertel. 2023 schaffte es der Beherbergungssektor fast wieder die Werte von 2019 zu erreichen und hatte nur noch mit einem Verlust von knapp 5% (489.888.162 €) zu ringen. Es wird erwartet, dass 2024 der Vor-Pandemie-Wert von 2019 übertroffen wird.

Bedeutend sind in diesem Zusammenhang auch die Ausgaben, die von internationalen touristischen Besuchern geleistet werden (s. Abbildung 64). Hier ist der Wegfall der Ausgaben durch touristische Besucher deutlich zu erkennen. Auf die Gesamtausgaben bezogen, haben internationale Besucher in Georgien im Referenzjahr 2019 einen Betrag von etwa 2.800.030.023 € umgesetzt. In 2020 fiel dieser Wert auf 325.043.828 €. Dies entspricht einem Einbruch von rund 88%, wobei für 2020 nur das 1. Quartal erfasst ist. Für 2021 kann keine Auswertung vorgenommen werden, da die Daten fehlen.

Es ist bemerkenswert, dass bereits 2022 die Werte von 2019 um rund 10 % (3.085.747.574 €) übertroffen wurden. 2023 liegt die Steigerung im Vergleich zu 2019 bei etwa 39% (4.557.889.011 €). Es wird erwartet, dass die Ausgaben durch internationale Besucher 2024 erneut ansteigen.

Woher der starke Anstieg von 2019 zu 2022 bzw. 2023 rührt, kann nicht mit Sicherheit beantwortet werden. Es wird vermutet, dass das Wiedereinsetzen einer starken Reisetätigkeit nach der Pandemie in Verbindung mit den für internationale Besucher günstigen Wechselkursen (v.a. US-Dollar, Euro aber auch Aserbajdschanischer Manat) im Verhältnis zum georgischen Lari zusammenhängt. Diese Vermutung wird durch die Ausgabenstruktur der internationalen Besucher gestützt (s. Tabelle 4).

Rang	2019 (Referenzjahr)	2022	2023
1.	Ausgaben für die Gastronomie 771.045.269 €	Ausgaben für die Gastronomie 1.032.288.684 €	Ausgaben für Übernachtungen 1.659.469.473 €
2.	Ausgaben für Übernachtungen 664.877.945 €	Ausgaben für Übernachtungen 963.082.865 €	Ausgaben für Einkäufe (Shopping) 1.065.494.363 €
3.	Ausgaben für Einkäufe (Shopping) 592.194.622 €	Ausgaben für Einkäufe (Shopping) 479.790.717 €	Ausgaben für die Gastronomie 985.046.772 €

Tabelle 4: Top-3 der Ausgaben touristischer Besucher 2019, 2022, 2023 (Grün markierte Einträge zeigen eine Erhöhung gegenüber dem Referenzjahr an, rot markierte eine Verringerung). (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b).

So wurde im Jahr 2019, das meiste Geld durch Ausgaben in der Gastronomie umgesetzt, danach folgten Ausgaben für Übernachtungen für Einkäufe/Shopping. Diese Reihenfolge ändert sich auch 2022 nicht. Erst 2023 findet ein Rangfolgenwechsel statt. So stehen 2023 erstmals Ausgaben für Übernachtungen an erster Stelle (Steigerung von rund 60% im Vergleich zu 2019). Auf Rang 2 finden sich Ausgaben für Einkäufe/Shopping (Steigerung zu 2019 um 45%) und zuletzt die Ausgaben für Gastronomie, die im Vergleich zu 2019 um vergleichsweise moderate 22% gestiegen sind.

Hieraus lässt sich folgern, dass der Tourismus seine Bedeutung als Wirtschaftsfaktor für Georgien trotz der COVID-19-Pandemie nicht eingebüßt, sondern verstärkt hat. Dies gelang vor allem dadurch, dass Georgien als Destination von dem erneuten Aufschwung der Tourismusbranche und dem global einsetzenden Reiseboom als Nach-Pandemie-Effekt stärker profitieren konnte (z.B. durch für Ausländer günstige Wechselkurse und neue Infrastruktur), als dies bei anderen Destinationen der Fall war. Dies birgt zukünftig jedoch die Gefahr, dass bei einem erneuten globalen Großereignis (Pandemie, Krieg) dieser fragile Wirtschaftsfaktor wiederum empfindlich beeinträchtigt und die Tourismuswirtschaft massiv gestört wird.

4.2.2. Wie viele und wenn ja woher?

Georgien ist, wie erwähnt mit seinen 3,6 Mio. Einwohnern und seiner Fläche, die etwa der des Bundeslandes Bayern entspricht, kein großes und auch kein bevölkerungsreiches



Abbildung 65: Internationale Touristen (Übernachtungsgäste und Tagestouristen) in Georgien 2011-2023 (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c)

Land. Umso interessanter ist es zu erfahren, dass im Referenzjahr 2019 über 7,7 Mio. internationale Besucher in das Land kamen (s. Abbildung 65); dies bedeutet rund 52% mehr Besucher als Einwohner. Dieser Spitzenwert konnte sich bis 2023 nicht wiederholen (2022: ca. 4,7 Mio. 2023: ca. 6,1 Mio.). Der weitaus größte Teil der internationalen Besucher kommt als Übernachtungsgäste nach Georgien (s. Abbildung 35).

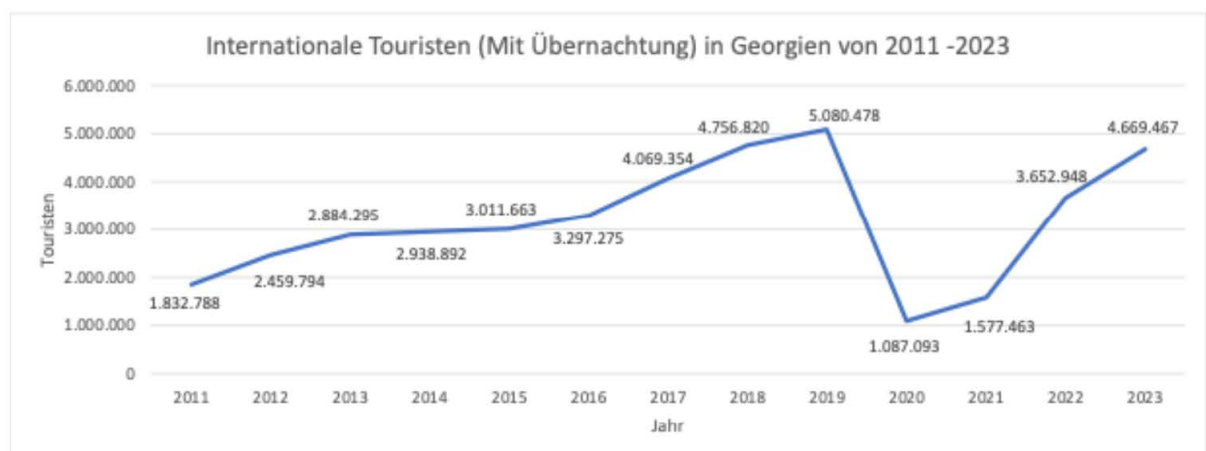


Abbildung 66: Internationale Touristen (Übernachtungsgäste) in Georgien 2011-2023 (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c)

Etwa 65% der internationalen Besucher stellten im Referenzjahr 2019 Übernachtungsgäste dar. Die rund 35% Tagesgäste, d.h. nicht übernachtende Gäste, sind ebenfalls im Referenzjahr 2019 der bisher höchste gemessene Wert. 2023 besuchten knapp 1,5 Mio. Tagesgäste das Land, was etwa 43% des Referenzjahres entspricht (s. Abbildung 66). Für das Thema *Overtourism* (mit Schwerpunkt Svaneti) spielen Tagesgäste

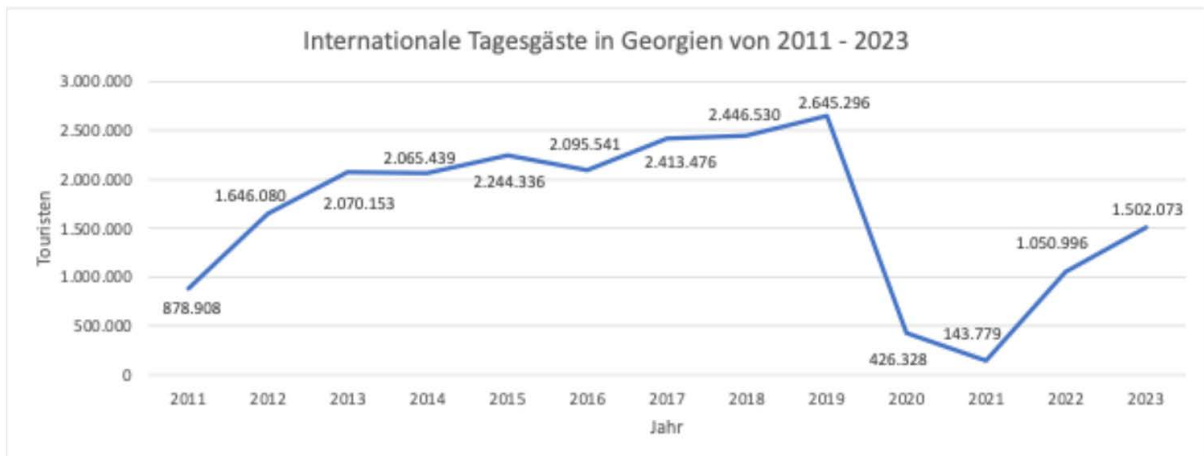


Abbildung 67: Internationale Touristen (Tagesgäste) in Georgien von 2011-2023 (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c).

nur bedingt eine Rolle, da die wenigsten internationalen Besucher in Svaneti, zu den Tagesgästen gezählt werden können.



Abbildung 68: Bahnsteig am Bahnhof in Zugdidi mit Expresszug nach Tbilisi (Quelle: Eigenes Foto).

Dies liegt hauptsächlich an der abseitigen Lage. Aus eigener Erfahrung kann der Autor beschreiben, dass die Anfahrt nach Mestia vom nächst gelegenen Flughafen (Kutaissi

Kopitnari, [ca. 220 km]) bei idealen Witterungs- und Verkehrsbedingungen etwa 5-5,5 Stunden in Anspruch nimmt. Auch Besucher, die mit dem Zug nach Zugdidi (s. Abbildung 68; nächster Bahnhof zu Mestia, Entfernung ca. 140 km eine Strecke) anreisen müssen mit einer Fahrt von ca. 4 Stunden rechnen.

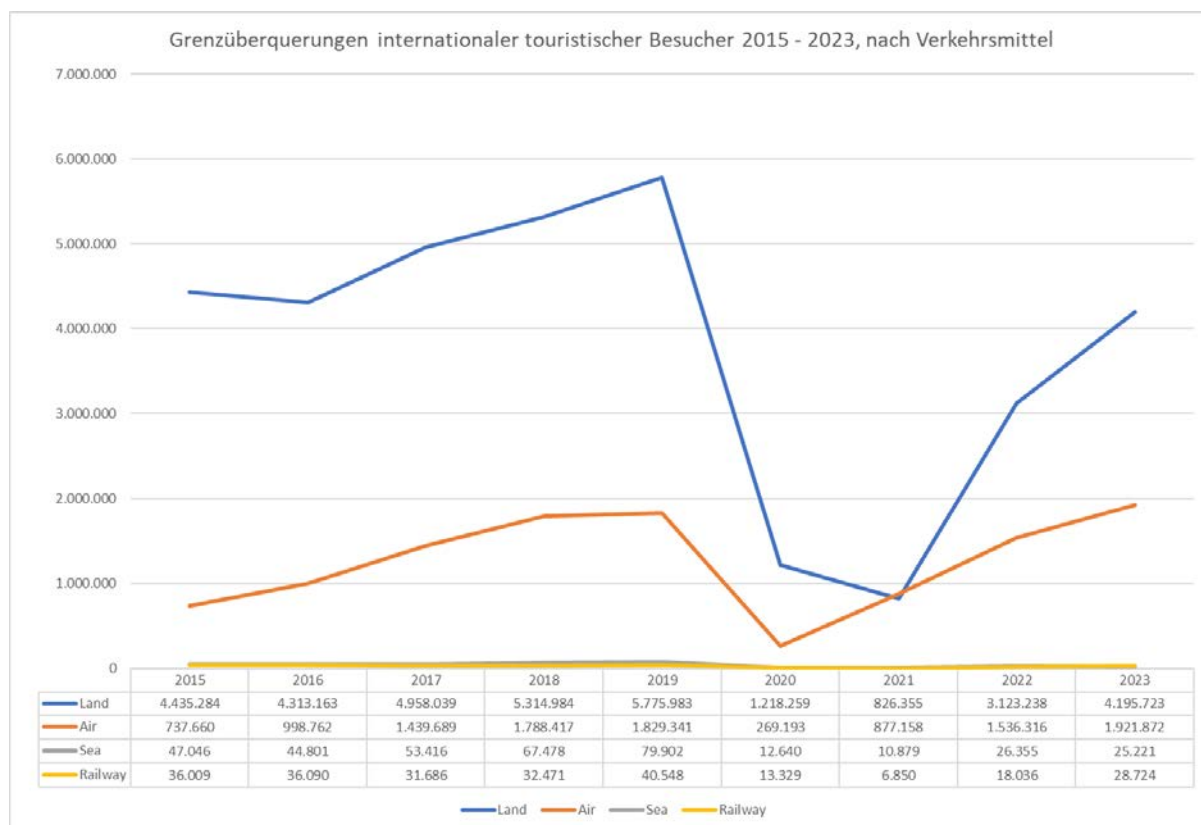


Abbildung 69: Arten der Grenzüberschreitungen internationaler touristischer Besucher nach Georgien 2015-2023, nach Verkehrsmittel (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022b, 2023b)

Ergänzend ein Hinweis zur Datenlage. Die Daten beziehen sich nur auf internationale Besucher. Binnentouristische Entwicklungen, waren durch das Ursprungsthema des (internationalen) *Overtourism* nicht im Fokus der Untersuchung. Allerdings ist es bedeutsam zu sehen wie viele Besucher und auf welche Weise sie nach Georgien kommen. Aus Abbildung 69 können alle Arten des Grenzübertritts internationaler Besucher entnommen werden. Zum Einen zeigt sich im Diagramm sehr gut die *COVID-Gap*, also der touristische Einbruch aufgrund der COVID-19-Pandemie, zum Anderen ist ersichtlich, dass der Individualverkehr (Auto, Bus, Fahrrad, zu Fuß) unangefochten den größten Anteil an den Grenzüberquerungen hat. Im Referenzjahr 2019 wurden 7.725.774 Grenzüberquerungen nach Georgien registriert, davon waren 75% Überquerung von Landgrenzen, 24% durch Luftverkehr und jeweils ca. 1% die Überquerung der Seegrenzen (Schwarzes Meer) und die Überquerung der Landgrenzen per Eisenbahn.

Inmitten der COVID-19-Pandemie kam der grenzüberschreitende Verkehr fast zum Erliegen. Nur etwa 1,7 Mio. internationale Besucher überschritten die georgische Grenze; von denen 48% die Grenze auf dem Landweg und 51% auf dem Luftweg überquerten. Prozentual ist dies der höchste Wert für den Flugverkehr zwischen 2015 und 2023. Der See- und Bahnverkehr entfiel durch die geltenden Beschränkungen. Gut zu sehen ist, dass der grenzüberquerende Verkehr bis 2023 begann, sich wieder zu erholen (knapp 80% des Referenzjahres). Die Überquerungsrate der georgischen Landgrenzen betrug 2023 etwa 73% des Referenzjahrsniveaus. Einzig der Luftverkehr konnte seinen Anteil über das Niveau von 2019 um etwa 5% steigern. Die Werte für See- und Bahnverkehr blieben 2023 noch deutlich hinter dem Referenzjahr zurück. Es wird davon ausgegangen, dass die Werte auch 2024 weiter steigen.

Ein weiterer signifikanter Aspekt sind die Herkunftsländer der internationalen Besucher. Diese geben Aufschluss darüber wie sich die durchgeführten Aktivitäten der Besucher gestalten und welche Regionen der Welt ein verstärktes Interesse an Georgien als Reiseland haben. Zur Methodik ist anzumerken, dass als Datengrundlage die Top-15-Besucherkländer eines jeden Jahres herangezogen wurden. Insgesamt gibt es bei den Nationalitäten der Besucher über den Betrachtungszeitraum von 2015-2023 einige nennenswerte Veränderungen. Zu bemerken ist, dass über den Beobachtungszeitraum Polen und Deutschland mit Abstand die beiden wichtigsten Herkunftsländer für Besucher aus der EU darstellen. Bei der Auswertung wurden auch Auslandsgeorgier berücksichtigt, die ihren dauerhaften Wohnsitz außerhalb Georgiens haben. 2015 (siehe Abbildung 70) kamen die meisten internationalen Besucher aus vier Ländern, Platz 1: Armenien (1.191.777), Platz 2: Aserbaidschan (1.156.183), Platz 3: Türkei (1.074.065) und Platz 4: Russland (763.019). Zu den starken Besuchergruppen zählen auf Platz 5 auch die Auslandsgeorgier (441.260). Polen, das erste EU-Land, findet sich auf Platz 8 (39.309), Deutschland rangiert auf dem 10. Platz (30.481).

2016 hat sich die Reihenfolge der ersten fünf nicht verändert, Polen rutscht auf Platz 9 (41.609) und Deutschland auf Platz 11 (33.469). 2017 verdrängt Russland (1.135.057) die Türkei (1.007.276) von Platz 3. Polen bleibt unverändert auf Platz 9 (66.903) und Deutschland rutscht auf Platz 12 (43.090).

Von 2018- 2020 (siehe Abbildung 72) treten auf den ersten fünf Plätzen einige Veränderungen auf. So steht 2018 Aserbaidschan auf Platz 1 (1.424.610), Russland auf Platz 2 (1.404.757), Armenien auf Platz 3 (1.268.886) und die

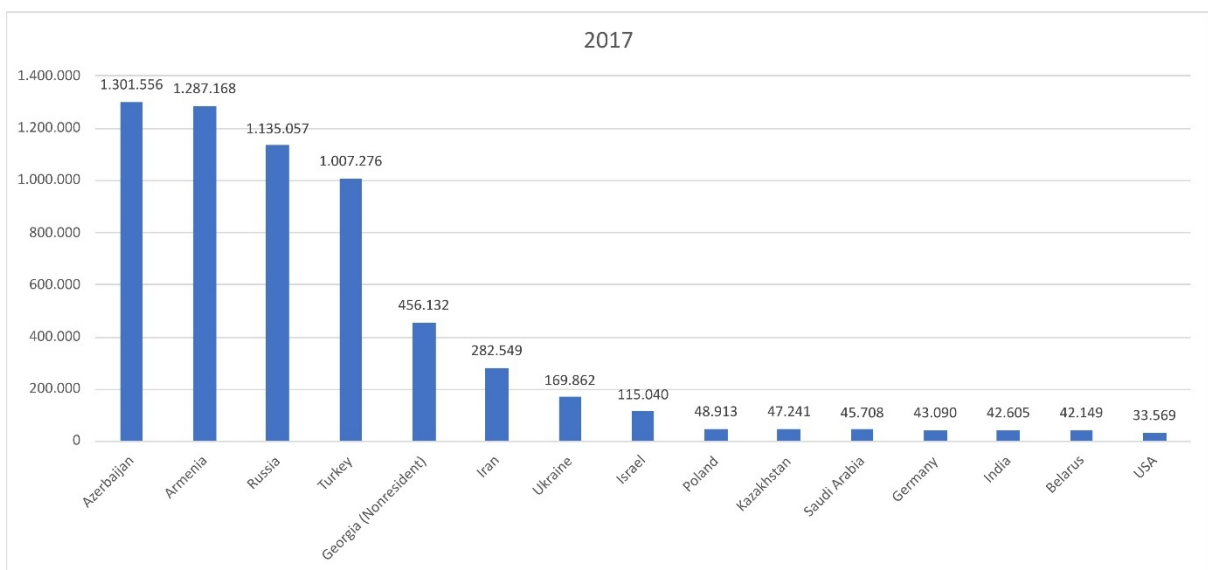
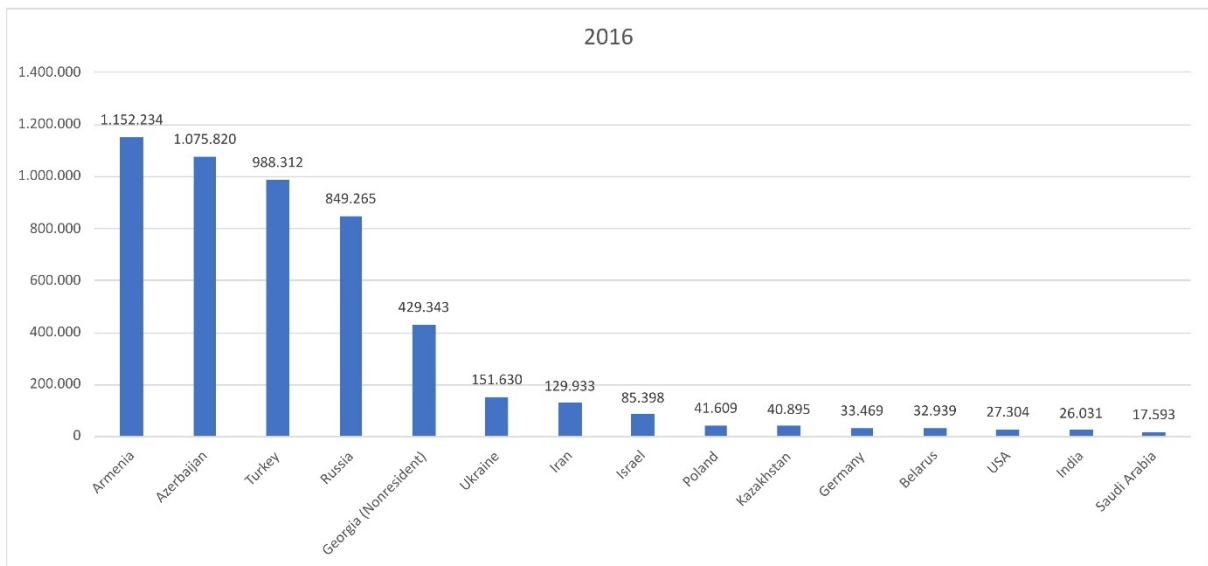
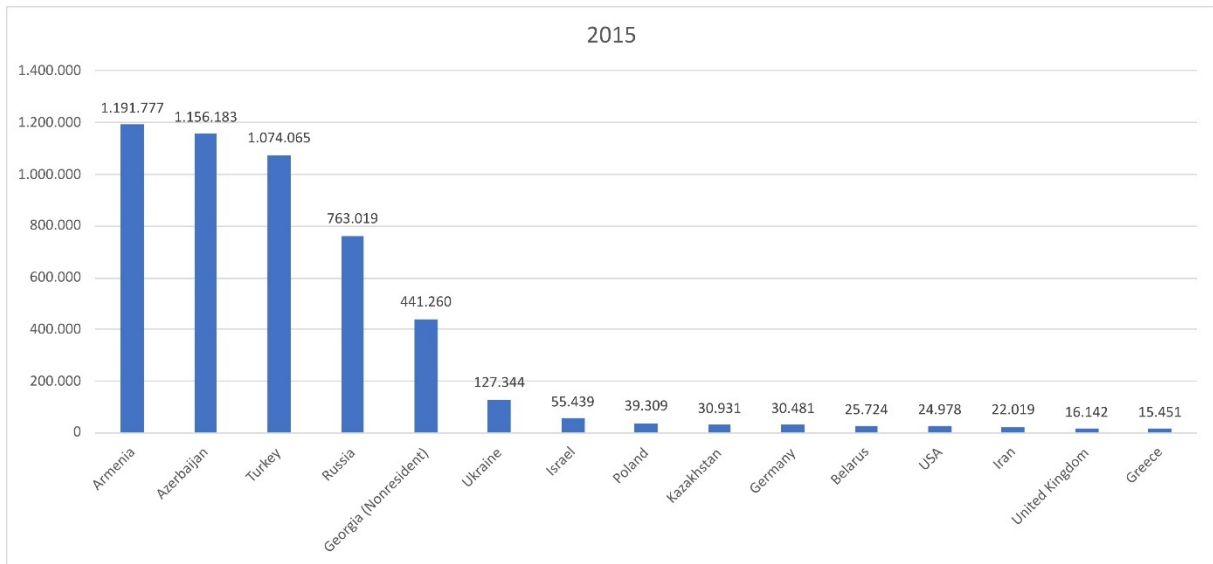


Abbildung 70: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2015-2017, nach Herkunftsland, inklusive Auslandsgeorgier (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c)

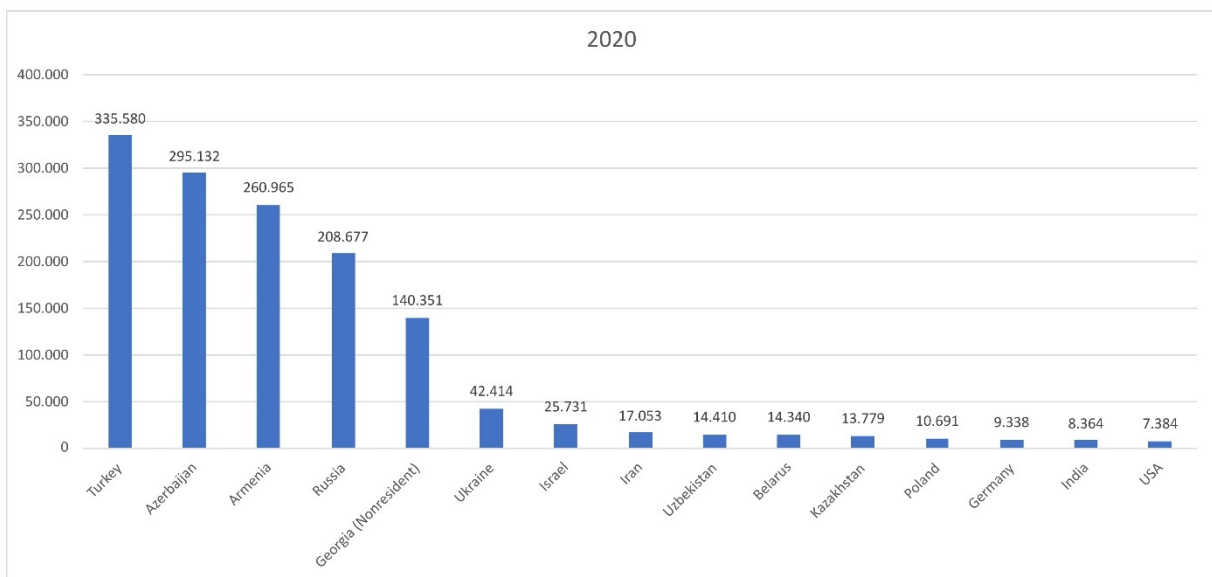
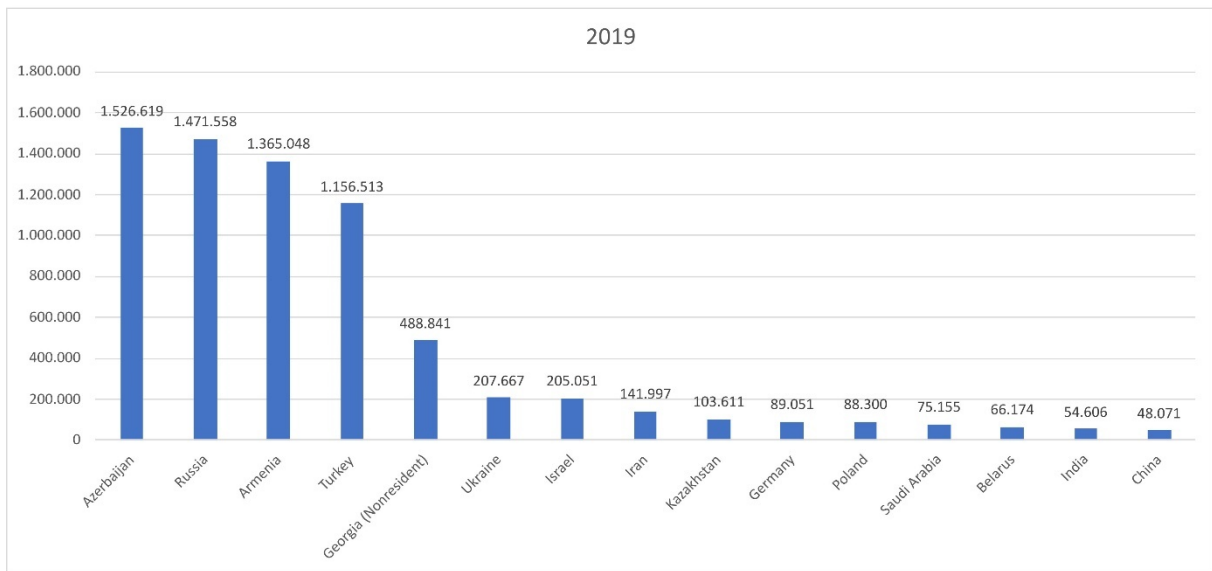
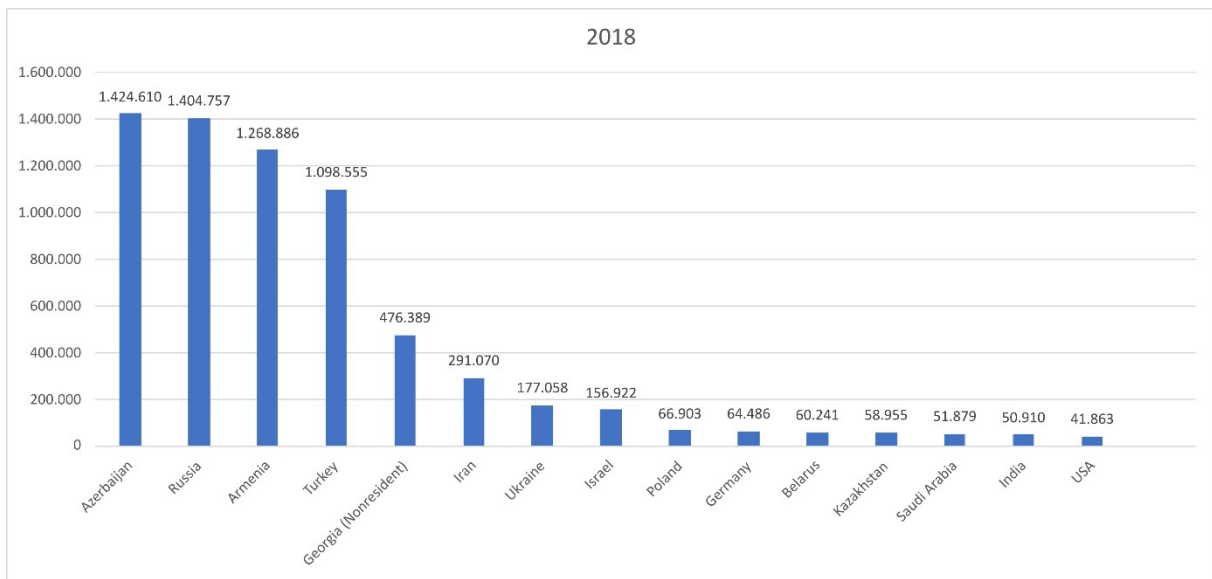


Abbildung 71: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2018-2020, nach Herkunftsland, inklusive Auslandsgeorgier (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c)

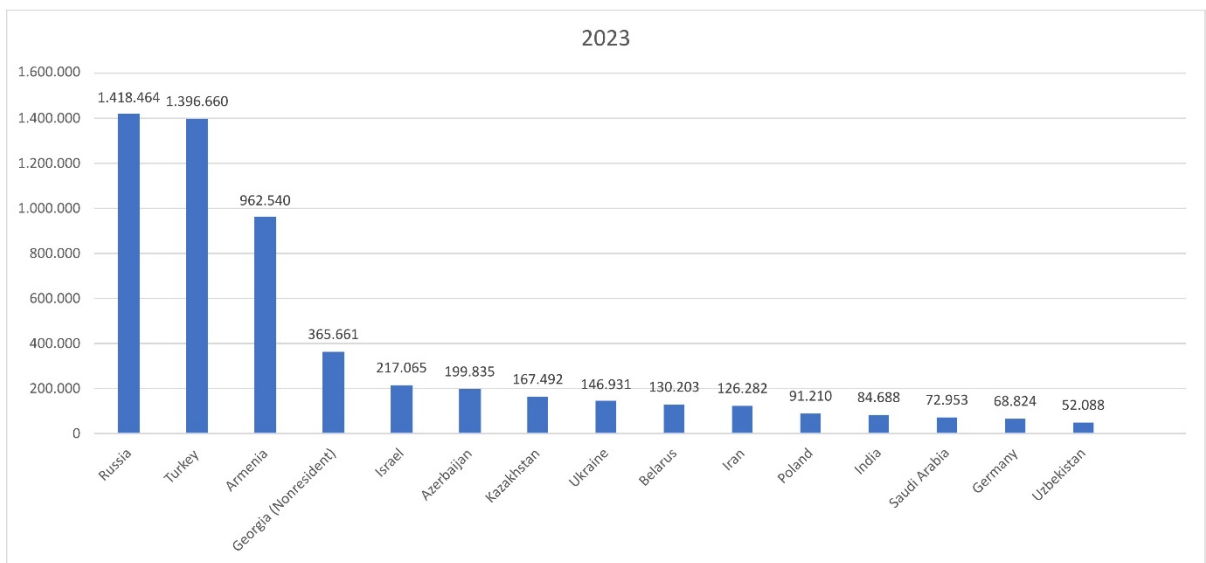
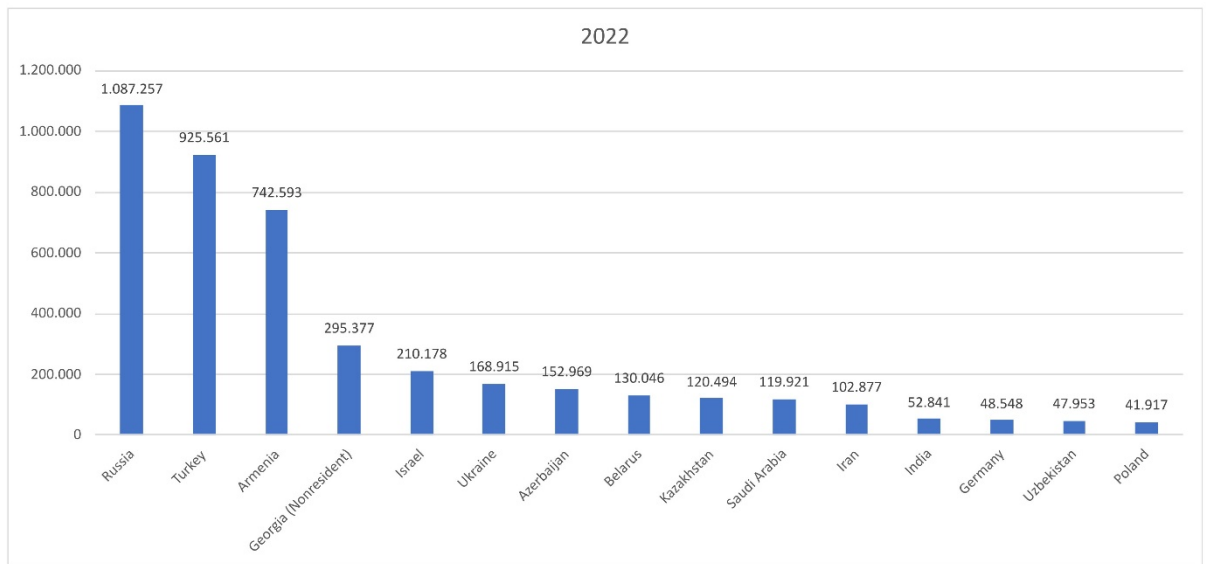
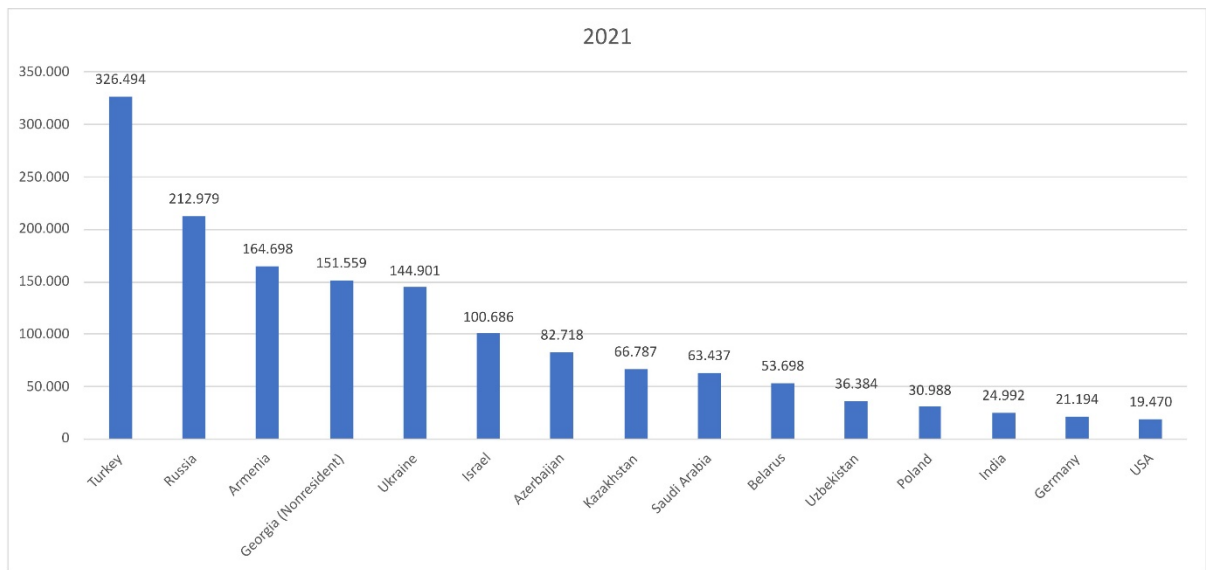


Abbildung 72: Besucherstatistik für internationale Besucher von 2021-2023, nach Herkunftsland, inklusive Auslandsgeorgier (Quelle: Eigene Darstellung, nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023c)

Türkei auf Platz 4 (1.098.555), gefolgt von den Auslandsgeorgiern (476.389). An dieser Konstellation ändert sich bis 2020 nichts. Polen rangiert im gleichen Jahr auf Platz 9 (66.903), Deutschland auf Platz 10 (64.486). 2019 verdrängt Deutschland Polen von Platz 10. (89.051), Polen fällt auf Platz 11 (88.300). 2020, setzt sich die Türkei auf Platz 1 (335.580), Aserbaidshan auf Platz 2 (295.132), Armenien auf Platz 3 (260.965), Russland auf Platz 4 (208.677) und die Auslandsgeorgier auf Platz 5 (140.351). Deutschland fällt auf Platz 13 (9.338) und Polen auf Platz 12 (10.691).

2021 ist noch mehr Dynamik zu sehen (siehe Abbildung 73): Die Türkei bleibt auf Platz 1 (326.494), gefolgt von Russland auf Platz 2 (212.979), Armenien auf Platz 3 (164.698), die Auslandsgeorgier auf Platz 4 (151.559) und neu dabei die Ukraine auf Platz 5 (144.901). Erstmals fällt Aserbaidshan aus der Top-5-Liste. Polen fällt auf Platz 12 (30.988) und Deutschland mit Platz 14 (21.194) fast aus der Top-15-Liste. 2022 ändern sich die oberen Plätze erneut. Platz 1 wird von Russland belegt (1.087.257), Platz 2 von der Türkei (925.561), Platz 3 von Armenien (742.593), Platz 4 von den Auslandsgeorgiern (295.377) und Platz 5 von Israel (210.178). Diese Konstellation bleibt auch in 2023 unverändert. Polen fällt 2022, wie Deutschland das Jahr zuvor auf Platz 14 (41.917) und Deutschland steht auf Platz 12 (48.548). 2023 platziert sich Polen auf Platz 10 (91.210) und Deutschland fällt auf Platz 13 (68.824) zurück.

Die Einbrüche Polens und Deutschlands in den Jahren 2020/2021 lassen sich mit den EU-weiten Einschränkungen bezüglich der COVID-19-Pandemie erklären. Es ist zu diesem Zeitpunkt anzunehmen, dass die Reisebeschränkungen in anderen Nicht-EU-Ländern freizügiger oder zumindest weniger restriktiv gehandhabt wurden. Gleiches gilt für die restriktiven Maßnahmen in Aserbaidshan, die den Besucherfluss nach Georgien stark gehemmt haben und bis dato (2024) noch hemmen. Auch 2024 sind die Landgrenzen in Aserbaidshan nicht allgemein für den Besucherverkehr aus dem Ausland geöffnet, lediglich per Flugzeug ist Aserbaidshan uneingeschränkt zu erreichen. Die Maßnahmen sollen erst im Juli 2024 wieder gelockert werden (AZERBAIJAN TOURISM BOARD 2024).

4.2.3. Wie lange bleiben Sie und wo wollen Sie denn hin?

Erstaunlich ist, *Overtourism* bildet sich häufig dort, wo viele Besucher lange verweilen. Der Umstand wird dadurch verschärft, dass speziell in Georgien die touristische Infrastruktur zwar nicht schlecht ist, aber oftmals in vielen (kleineren) Orten nicht genügend Beherbergungsbetriebe für den gesteigerten Bedarf bereitstehen. Bei einem Blick auf die

Zahlen wird deutlich, dass sich im Vergleich zum Referenzjahr 2019 zumindest die Übernachtungszahlen deutlich verbessert haben (siehe Abbildung 73).



Abbildung 73: Übernachtungen internationaler touristischer Besucher innerhalb Georgiens 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal, ohne 2021) (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

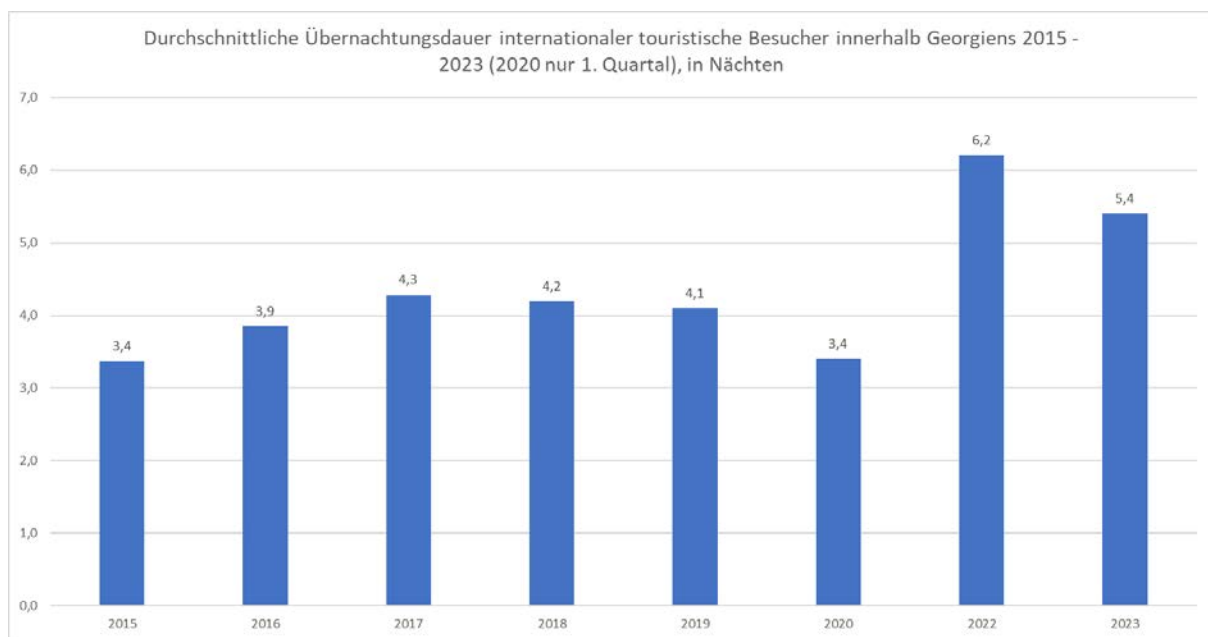


Abbildung 74: Durchschnittliche Übernachtungsdauer internationaler touristischer Besucher innerhalb Georgiens 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal, ohne 2021), in Nächten. (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

Gab es 2019 noch 31,7 Mio. Übernachtungen in Georgien, so stieg dieser Wert 2023 bereits auf fast 33,5 Mio. Übernachtungen an. Dies ist eine Steigerung um fast 6,5 %. Bei der Übernachtungsdauer (siehe Abbildung 74) fällt die Steigerung noch größer aus. Im Referenzjahr 2019 lag die durchschnittliche Übernachtungsdauer bei 4,1 Nächten pro

Besucher. Mit einem kurzzeitigen Hoch 2022 mit 6,2 Übernachtungen (Steigerung um rund 51%) fiel der Wert 2023 leicht auf 5,4 Nächte zurück.

Dies stellt aber im Vergleich zu 2019 immer noch eine Steigerung von etwa 31% dar. Es scheint, dass sich das Reisebedürfnis nach der COVID-19-Pandemie für Georgien signifikant in den Übernachtungen und auch in der Übernachtungsdauer niederschlägt. Dies dürfte vor allem für die durch die Pandemie schwer in Mitleidenschaft gezogene Beherbergungsbranche einen positiven Effekt darstellen.

Aus Abbildung 75 ist die Verteilung der genutzten Beherbergungsbetriebe durch internationale Besucher dargestellt. Die vier am häufigsten genutzten Beherbergungsbetriebe in Georgien im Referenzjahr 2019 waren Hotels (34,2%), Wohnunterkünfte von Freunden/Verwandten (22,9%), gemietete Häuser/Apartments (17,8) und Gästehäuser/Hostels (13,5%). 2020 waren die Nutzungswerte fast ausschließlich rückläufig. Hotels (32,5%), Gästehäuser/Hostels (11,7%). Beachtlich ist, dass die Nutzung von Wohnunterkünften von Freunden/Verwandten um knapp 5% auf 27,7% anstieg. Gemietete Häuser/Apartments (18,1%) legten ebenfalls leicht in der Nutzung zu. Eine Ursache hierfür könnte darin begründet liegen, dass mit Aufkommen der COVID-19-Pandemie mehrere Beherbergungsbetriebe kurzzeitig oder dauerhaft schließen mussten, da eine touristische Beherbergung den Pandemieschutzprogrammen entgegenstand. Diese wurde im privaten Bereich allerdings weniger stark überwacht als im Beherbergungsbereich. Im Jahr 2022 konnten Hotels eine um etwa 5% zugewonnene Nutzung gegenüber 2019 auf 40,8% verzeichnen. Dies stellt bis 2023 den höchsten bisher ermittelten Wert dar. Einen starken Einbruch verzeichnete die Beherbergung von Gästen in Wohnunterkünften von Freunden/Verwandten, hier sank der Wert von 2020 um über 5% gemessen am Referenzjahr auf 18,5 %, dem niedrigsten bisher ermittelten Wert in dieser Kategorie.

Die Werte für gemietete Häuser/Apartments sprangen auf 23% an. Dies entspricht einer Steigerung von etwa 5% gegenüber 2019. Die Belegung von Gästehäusern/Hostels hatte abermals Einbußen zu verzeichnen. Im Vergleich zu 2019 sank die Belegungsquote um etwa 5% auf 8,1%. Im Jahr 2023 hatten Hotels einem leichten Rückgang zum Vorjahr von 0,7% zu verzeichnen. Übernachtungen in Wohnunterkünften von Freunden/Verwandten stiegen leicht um 1% gegenüber dem Vorjahr auf 19,3%. Gemietete Häuser/Apartments erreichten den bisher höchsten gemessenen Übernachtungsanteil von 23,9% dies entspricht einer Steigerung um fast 1% gegenüber dem Vorjahr.

Werte	Jahre							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Hotel	25,7%	31,8%	27,5%	39,6%	34,2%	32,5%	40,8%	40,1%
Guesthouse, Hostel	12,2%	13,6%	15,1%	12,7%	13,5%	11,7%	8,1%	7,1%
Rented House, Apartment	13,2%	13,0%	14,9%	11,7%	17,8%	18,1%	23,0%	23,9%
Personal Home, Apartment	5,8%	5,1%	5,7%	7,0%	8,7%	7,2%	8,3%	9,0%
Private Home of a Friend, Relative	39,1%	33,8%	33,3%	26,5%	22,9%	27,7%	18,5%	19,3%
Hospital	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%
Campsite, Work and Holiday Camps	1,9%	1,5%	1,7%	1,1%	1,5%	0,5%	0,8%	0,3%
Other	1,8%	1,1%	1,6%	1,2%	1,2%	2,2%	0,4%	0,2%

Abbildung 75: Meistgenutzte Beherbergungsbetriebe für Übernachtungen der internationalen touristischen Besucher in Georgien 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal, ohne 2021), in %, Höchstwerte in Rot, (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

Weiter ab fielen Gästehäuser/Hostels auf 7,1% Belegungsquote, ein Rückgang von rund 1% gegenüber dem Jahr 2022. Der relative Gesamteinbruch der Gästehäuser/Hostels ist eine direkte Folge der Pandemie. Da diese Beherbergungsart, häufig von Privatpersonen angeboten wird, könnte es durch die Pandemie und der daraus resultierenden Besucherverknappung durchaus ernsthafte wirtschaftliche Folgen für die Betreiber solcher Unterkünfte gegeben haben. Da Verdienstaussfälle eine Vielzahl an weiteren Problemen nach sich ziehen (z.B. die Unfähigkeit laufende Kredite zu bedienen oder auch einfach ein geregeltes Einkommen zu haben), dürften infolgedessen einige Betriebe ihren Betrieb eingestellt haben. Dies hat Auswirkungen auf die verfügbare Anzahl von Gästehäusern/Hostels. Die Touristen müssen sich andere ggf. teurere Alternativen suchen.

Es schließt die Frage an, in welche Regionen es die Menschen in Georgien am meisten zieht. Hierzu findet man in Abbildung 76 eine Auflistung aller georgischen Regionen und deren prozentualen Besuchswert. Methodisch ist zu beachten, dass Mehrfachangaben zu besuchten Regionen möglich waren und sich daher die Gesamtwerte auf über 100% addieren können. Unangefochtener Spitzenreiter für Besuche ist im Referenzjahr 2019 die Hauptstadtregion Tbilisi mit einem Anteil von 54,6%. Die AR Adjara rund um Batumi ist

Werte	Jahre							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Tbilisi	47,4%	49,4%	50,0%	52,3%	54,6%	50,8%	57,2%	50,0%
Ajara	32,0%	32,5%	31,0%	30,4%	30,2%	19,0%	45,1%	44,9%
Guria	0,7%	0,6%	1,3%	1,3%	1,3%	0,4%	1,3%	1,2%
Imereti	2,9%	4,8%	5,5%	5,0%	4,9%	3,5%	7,5%	7,8%
Kakheti	5,9%	6,9%	8,1%	8,6%	6,5%	3,7%	5,8%	5,6%
Mtskheta - Mtianeti	10,5%	14,2%	17,7%	19,5%	16,9%	16,3%	19,0%	18,3%
Racha - Lechkhumi, Lower Svaneti	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Samegrelo - Upper Svaneti	3,5%	3,6%	3,7%	2,2%	2,8%	1,2%	3,1%	1,8%
Samtskhe - Javakheti	8,2%	10,0%	11,7%	8,2%	6,6%	5,2%	7,7%	8,2%
Lower Kartli	19,6%	20,2%	19,4%	16,6%	17,0%	21,9%	7,9%	8,6%
Inner Kartli	1,5%	2,1%	2,2%	3,3%	3,1%	2,8%	2,9%	3,8%

Abbildung 76: Durch internationale touristische Besucher, besuchte Regionen innerhalb Georgiens 2015-2022 (2020 nur 1. Quartal, ohne 2021) in %, Höchstwerte in Rot. (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

zweitbeliebteste Region mit 30,2% Besucheranteil. Die Region Kwemo Kartli (Niederkartli) südlich der Hauptstadtregion Tbilisi belegt den dritten Platz mit 17% Besucheranteil. Platz 4 geht an Mskehta-Mtianeti nördlich der Hauptstadtregion mit 16,9 %. Auch 2020 ist Tbilisi mit 50,8% (Verringerung von 5% zum Vorjahr) die meistbesuchte Region. Gefolgt von der AR Adjara mit 19% (Verringerung von 11% zum Vorjahr), Kwemo Kartli mit 21,9% (Anstieg um 4%) und Mskehta-Mtianeti mit 16,3% (Verringerung um 0,5%). In 2022 steigt der Besuchswert für Tbilisi auf 57,2% (Anstieg von 7%) der Wert der AR Adjara auf 45,1% den höchsten je ermittelten Wert (Anstieg um 26%). Dann folgt Mskehta-Mtianeti mit 19% (einem Zuwachs von 3%) und zuletzt Kwemo Kartli mit 7,9% Besucheranteil (Verringerung um 14%).

	2021	2022	2023
Tbilisi International Airport	1.683.696	2.998.785	1.566.251
Batumi International Airport	516.017	616.885	236.444
Kutaisi International Airport	282.514	796.063	667.315
Mestia Queen Tamar Airport	5.141	9.355	5.127
Ambrolauri Airport	2.000	2.657	841

Tabelle 5: Passagierzahlen an georgischen Flughäfen 2012-2023 (2023 nur die ersten 6 Monate). (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2023a)

2023 bleibt Tbilisi die meistbesuchte Region trotz leichter Abschlüge mit 50% (Verringerung um etwa 6,5%). Die AR Adjara behauptete Platz 2 mit 44,9% (Verringerung um 1%) danach folgt die Region Mskehta-Mtianeti mit 18,3 % (Verringerung um 0,3%) und

zuletzt die Region Kwemo Kartli mit 8,6% (Zuwachs etwa 1%). Das Tbilisi das meistbesuchte Reiseziel ist, lässt sich einfach erklären. Zum einen ist die Hauptstadt die größte Stadt des Landes und die meisten Besucher die per Flugzeug anreisen, tun dies über Tbilisi International Airport (vgl. Tabelle 5). So ist Tbilisi der erste Ort auf georgischem Boden den Besucher betreten. Durch das reiche touristische Angebot ist die Hauptstadt für Tagesgäste wie Übernachtungsgäste attraktiv. Von hier starten zudem viele Tages- und Mehrtagestouren in die anderen Landesteile. Die AR Adjara zieht insbesondere Besucher durch den Badetourismus am Schwarzen Meer an sowie durch die Liberalisierung des Glücksspiels. Batumi wird wahlweise als *Nizza des Schwarzen Meeres* oder als *Las Vegas des Schwarzen Meeres* bezeichnet.

Da sich diese Arbeit hauptsächlich mit Svaneti beschäftigt, werfen wir noch kurz einen Blick auf die internationale Besuchsquote der beiden Regionen Racha-Lechkhumi-Kwemo Svaneti (RLKS) und Samegrelo-Zemo Svaneti (SZS) sowie die internationalen Besucherzahlen der Region Mestia

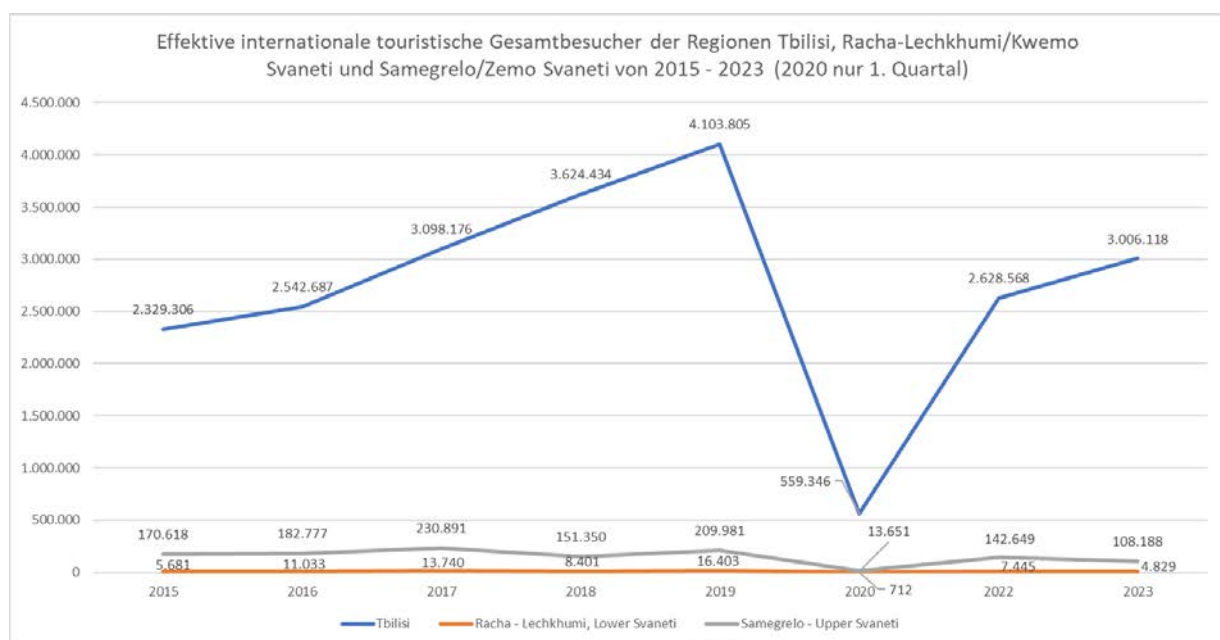


Abbildung 77: Effektive internationale touristische Gesamtbesucher der Regionen Tbilisi, Racha-Lechkhumi/Kwemo Svaneti und Samegrelo/Zemo Svaneti von 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal). (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

& Ushguli. Wie aus Abbildung 77 ersichtlich, wurden als Vergleichswert die Besucherzahlen von Tbilisi verwendet. Der Vergleich hat das Ziel, die Kleinräumigkeit der beiden Regionen RLKS und SZS deutlich zu machen. Es ist zu erkennen, dass im Referenzjahr 2019 die Besucherzahlen von SZS bei rund 200.000 Besuchern liegen, RLKS hingegen bei etwas über 16.000. Hierbei ist zu beachten, dass in SZS auch Besucher mitgezählt werden die

Zugdidi (Provinzhauptstadt) und Anaklia (Seebad am Schwarzen Meer) besuchen, während RLKS keine derartigen touristischen Zentren aufweisen kann. Es kommt hinzu, das RLKS traditionell ein beliebtes Ziel für den Binnentourismus darstellt und international weniger bekannt und erschlossen ist als SZS. In jedem Fall hat die COVID-19-Pandemie im Tourismusbereich dafür gesorgt, dass die internationalen Besucherzahlen in beiden Regionen weiter einbrachen.

Nach 2022 mit 142.649 Besuchern für SZS und 7.445 für RLKS und 2023 mit 108.188 Besuchern in SZS und 4.829 Besuchern in RLKS waren bis 2023 die vorläufig tiefsten Besucherstände erreicht, die bisher ermittelt wurden. Bezogen auf 2019 ergibt das für SZS eine Verringerung von 51% und für RLKS von rund 30%. Auch wenn der Tourismus in Georgien sich wieder erholt, kann man davon in SZS oder RLKS zumindest anhand der Besucher zahlen nichts erkennen. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich in Mestia & Ushguli feststellen (s. Abbildung 78). Kamen im Referenzjahr 2019 noch 142.255 Besucher in die svanetische Hochgebirgsregion, waren es 2022 nur mehr 76.083 und 2023 nur noch 60.615. Dies bedeutet einen Rückgang von 2019 bis 2023 um etwa 42%. Generell ist

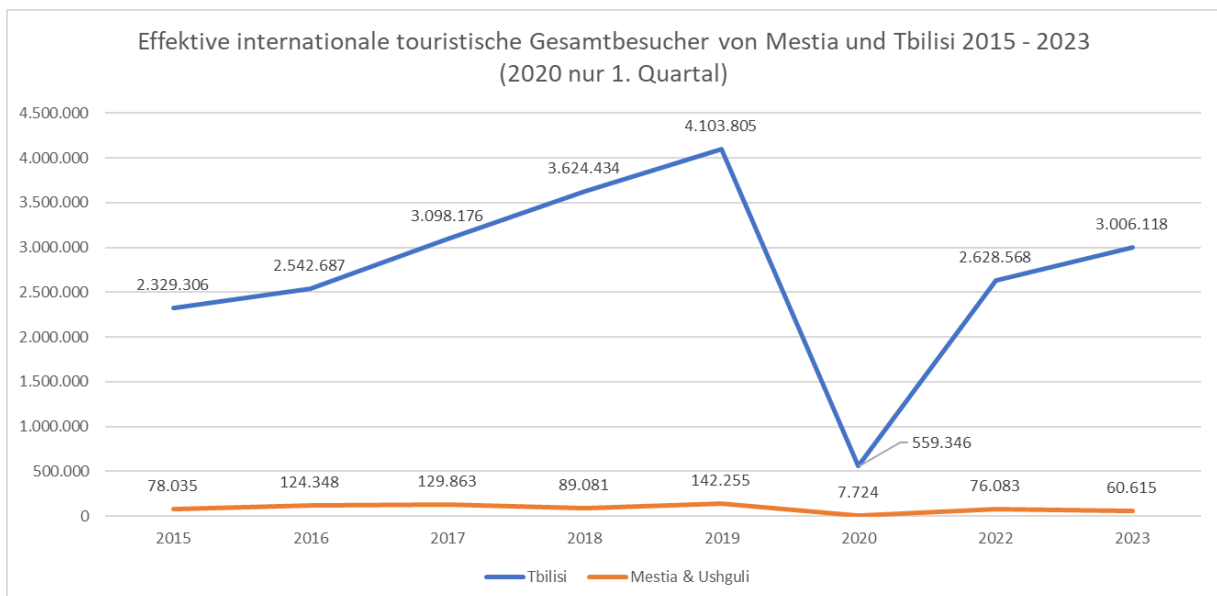


Abbildung 78: Effektive internationale touristische Gesamtbesucher von Mestia und Tbilisi 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal). (Quelle: Eigene Darstellung nach (GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b))

zu beachten, dass infolge der COVID-19-Pandemie sich auch die touristische Kapazität in Mestia & Ushguli verringert hat (z.B. Schließung von Beherbergungsbetrieben). Grundsätzlich ist allerdings zu sagen, dass mit einer zunächst angenommenen Überstrapazierung der Region SZS und RLKS sowie Mestia & Ushguli in Form von *Overtourism* zeitnah nicht auszugehen ist.

Werte	Jahre							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Sightseeing, Visiting Cultural and Historical Heritage, Museums	34,0%	34,2%	37,1%	42,4%	45,5%	34,0%	53,6%	52,6%
Going to the Beach, Swimming in the Sea, Lake, River	16,3%	13,9%	15,7%	16,4%	20,5%	4,6%	30,2%	29,5%
Skiing, Snowboarding, Heliskiing	0,5%	1,8%	1,8%	2,2%	2,4%	9,2%	1,9%	2,1%
Visiting National Parks, Nature, Landscape, Exploring Remote and Exotic Places	22,1%	18,3%	19,6%	20,8%	16,2%	9,3%	19,0%	21,7%
Visiting Entertainment Parks	11,0%	10,5%	14,2%	14,0%	14,9%	9,8%	19,0%	14,1%
Taking Part in Agricultural Activities	2,3%	0,6%	0,3%	0,9%	0,9%	0,1%	0,4%	0,4%
Attending Concerts, Festivals, Exhibitions, Going to a Cinema, Theatre, Participating in Local Holidays	3,9%	2,7%	3,1%	4,4%	2,7%	1,8%	5,6%	6,5%
Nightlife, Visiting Night Clubs	7,5%	5,2%	8,2%	6,9%	4,6%	4,3%	4,2%	4,6%
Hunting, Fishing	1,2%	0,7%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%
Resting on a Recreational Resorts	1,8%	1,1%	1,3%	2,1%	0,8%	0,5%	1,7%	1,2%
Gambling	3,3%	4,2%	4,8%	4,4%	5,4%	6,1%	7,4%	8,0%
Boating, Rafting, Canoeing	0,3%	0,4%	0,4%	0,1%	0,4%	0,3%	0,8%	0,3%
Tasting Local Cuisine and Wine	56,3%	64,3%	70,0%	66,6%	74,8%	73,6%	78,1%	84,8%
Attending Sport Events	0,4%	0,2%	0,2%	0,9%	0,4%	0,7%	0,3%	0,8%
Horse Riding	1,0%	1,3%	1,0%	0,7%	0,8%	0,3%	0,5%	0,3%
Cycling	2,6%	1,9%	1,8%	1,0%	1,1%	0,9%	1,5%	1,2%
Mountaineering , Climbing	2,9%	3,2%	3,1%	0,8%	1,4%	0,7%	1,2%	0,9%
Getting known with Local Art, Culture, Language, History	4,7%	5,4%	7,8%	9,0%	9,0%	7,0%	14,9%	20,5%
Pilgrimage (includes also attending religious meetings and events, etc.)	7,8%	9,1%	10,2%	11,3%	12,4%	11,7%	16,9%	24,6%
Shopping	58,8%	68,8%	73,5%	67,0%	60,6%	58,3%	55,1%	60,4%
Other	4,4%	0,8%	0,1%	0,4%	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%

Abbildung 79: Anteil der durchgeführten Aktivitäten der internationalen touristischen Besucher in Georgien 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal), in %, Höchstwerte in Rot. (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b).

4.2.4. Was beabsichtigen Sie in Georgien zu machen?

Zu guter Letzt ist es zielführend einen Blick auf die Aktivitäten der internationalen Besucher zu werfen. Anhand der Aktivitätsstruktur lässt sich mitunter erkennen, in welchen Bereichen der Tourismus zukünftig zulegen wird. Innerhalb der beliebtesten drei Aktivitäten gibt es keine Überraschungen, da die drei am meisten durchgeführten

Aktivitäten genau dem Profil entsprechen, das Georgien bzw. die GNTA seit spätestens 2018 versucht zu etablieren (s. Abbildung 79). Im Referenzjahr 2019 waren die drei beliebtesten Aktivitäten der internationalen Besucher an erster Stelle die lokale Kulinarik und der Genuss des georgischen Weins (74,8%), an zweiter Stelle Einkaufen/Shopping (60,6%) und an dritter Stelle klassisches Sightseeing/Museumsbesuche/Erkundung des lokalen historischen Erbes (45,5%). Betrachtet man die Jahre 2020, 2022 und 2023, so stellt man fest, dass sich die beliebtesten drei Aktivitäten in der Reihenfolge nicht geändert haben.

Lediglich der prozentuale Anteil änderte sich bei allen drei Aktivitäten in Positive. Der Genuss lokaler Kulinarik und georgischen Wein (2020: 73,6%, 2022: 78,1%, 2023: 84,8%) erhöhte sich von 2019 bis 2023 um 10%. Die Aktivität Einkaufen/Shopping (2020: 58,3%, 2022: 55,1%, 2023: 60,4%) nahm von 2019 zu 2023 nur minimal um etwa 2% zu. Klassisches Sightseeing/Museumsbesuche/Erkundung des lokalen historischen Erbes



Abbildung 80: Der georgische Wein ist für viele Besucher ein expliziter Grund für eine Reise nach Georgien. Über 8000 Jahre Weingeschichte werden wie hier in der Region Kacheti kultiviert (Quelle: Eigenes Foto).

(2020: 34%, 2022: 53,6%, 2023: 52,6%) erhöhte sich von 2019 zu 2023 um etwa 7%, stagnierte aber von 2022 zu 2023 um 1%. Andere Aktivitäten, die signifikant zunahmen, waren die Entdeckung lokaler Kunst/Kultur/Sprache/Geschichte. Hier veränderte sich der Wert von 2019 (9%) zu 2023 (20,5%) um über 11%, ein weiterer Wert sind Pilgerreisen, die im Vergleich von 2019 (12,4%) zu 2023 (24,6%) um etwa 12% anstiegen. Auch der

Badetourismus steigt von 2019 (20,5%) zu 2023 (29,5%) um etwa 9% an. Im Hinblick auf die Zahlen ist anzunehmen, dass die klassischen Tourismuskategorien (Sightseeing, Shopping und Kulinarik), für die Georgien bekannt ist und die auch einen ständigen Platz in den Tourismuskampagnen des Landes haben, voraussichtlich ihren Anteil an touristischen Aktivitäten ausbauen können. Aber auch neue aufstrebende Themen wie Religiöser Tourismus/ Pilgertourismus oder klassische Tourismusformen wie der Kulturtourismus und der Badetourismus erleben einen erneuten Aufschwung. Insbesondere der Badetourismus, hatte in Georgien zur Zeit der UdSSR gerade im Bereich Adjara / Batumi oder Sokhumi (Abchasien) einen hohen Stellenwert und die Seebäder des Schwarzen Meeres waren beliebte Urlaubsziele in der gesamten UdSSR, vor allem aber der russischen SSR. Es bleibt abzuwarten welche Strategie die GNTA in Georgien verfolgt, aber es ist großes Potenzial in der Implementierung neuer Tourismusformen und dem Ausbau bestehender Kapazitäten zu erkennen.

Als letzter Punkt wird auf die eigentlichen Reisezwecke der internationalen Besucher eingegangen. Nicht jeder Besucher ist (ausschließlich) für Urlaubsvergnügen in Georgien. Wie aus Abbildung 81 zu erkennen, kristallisiert sich bei den internationalen Besuchern vier Hauptgründe für einen Besuch heraus. Der im Diagramm als Grund angegebene *Transit* wird in der Betrachtung ausgespart, da Transitbesucher im Allgemeinen nicht zu den touristischen Besuchern eines Landes zählen. Die GNTA erfasst diese Personen zwar,

Werte	Jahre							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Holiday, Leisure, Recreation	31,4%	33,9%	37,7%	42,7%	43,5%	31,9%	53,6%	52,3%
Visiting Friends, Relatives	23,5%	23,2%	22,2%	20,3%	19,0%	24,2%	20,0%	20,4%
Education, Trainings	0,5%	0,6%	0,6%	0,5%	0,6%	0,8%	0,9%	0,7%
Health, Medical Care	4,3%	3,8%	2,7%	2,7%	1,8%	2,6%	0,5%	0,5%
Religion, Pilgrimage	0,6%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%
Shopping	9,5%	9,4%	9,5%	6,9%	6,8%	7,2%	4,2%	5,4%
Transit	18,9%	18,2%	18,1%	16,5%	16,1%	16,6%	13,6%	12,8%
Business, Professional	10,2%	10,1%	8,2%	8,7%	10,8%	13,1%	6,6%	6,8%
Other	1,2%	0,6%	0,7%	1,3%	1,4%	3,6%	0,5%	1,1%

Abbildung 81: Hauptreisezweck der internationalen touristischen Besucher in Georgien 2015-2023 (2020 nur 1. Quartal), in %, Höchstwerte in Rot. (Quelle: Eigene Darstellung nach GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION 2024b)

aber sie sind für diese Studie nicht von Relevanz. Der augenscheinlich wichtigste Grund für einen touristischen Besuch in Georgien ist Urlaub/Erholung; im Referenzjahr 2019 gaben 43,5% der Besucher an, zur Urlaubszwecken Georgien zu bereisen. Dieser Wert fiel 2020 auf 31,9%, stieg 2022 auf 53,6% an und fiel 2023 wieder auf 52,3%, legte im Vergleich zu 2019 aber gesamt um etwa 10% zu.

Der zweitwichtigste Grund für einen Besuch in Georgien stellte 2019 der Besuch von Freunden und Verwandten dar. 19% aller Besucher gaben diesen Grund für ihre Reise an. 2020 stieg dieser Wert auf 24,2%, sank aber 2022 auf 20% ab und stieg 2023 wieder auf 20,4% an. Der Gesamtanstieg von 2019 zu 2023 beträgt hierbei nur etwa 1%.

Einen weiteren wichtigen Reisezweck stellen geschäftliche/dienstbezogene Reisen dar. Sie sind Bestandteil einer touristischen Betrachtung. Auch wenn der Reisezweck nicht der Freizeit dient, beanspruchen auch Geschäftsreisende die touristische Infrastruktur eines Landes. 2019 gaben 10,8% aller Reisenden diesen Grund für ihren Aufenthalt in Georgien an. Dieser Wert erhöhte sich 2020 auf 13,1%, fiel aber 2022 auf 6,6% ab und stabilisierte sich 2023 bei 6,8%. Insgesamt kann von 2019 bis 2023 eine Verringerung des Anteils von rund 4% festgestellt werden. Der Grund für die kurzfristige Erhöhung im Jahr 2020 kann durch ein von der georgischen Regierung aufgelegtes Programm *Remotely from Georgia* möglicherweise erklärt werden.

Info zum Programm *Remotely from Georgia*: Das Programm wurde 2020 ins Leben gerufen und galt für Freiberufliche, Vollzeitangestellte ausländischer Firmen oder Selbständige, die sich mindestens 360 Tage ohne Visa in Georgien aufhalten durften. Hierbei stellte die georgische Regierung sogenannte *entry permits* aus, mit denen Programm Bewerber trotz der durch die COVID-19-Pandemie geltenden Zugangsbeschränkungen nach Georgien einreisen konnten. Nach einer acht bis zwölfwägigen Quarantäne in einem Hotel eigener Wahl auf eigene Kosten und einem abschließenden negativen PCR-Test konnten sich teilnehmende Bewerber in Georgien niederlassen. Bedingung war, dass der Verdienst im Monat mindestens 2000 US-Dollar betrug und der Aufenthalt mindestens 180 Tage dauerte. Das Einkommen wurde über die georgischen Steuerbehörden versteuert (20% Steuersatz), eine Doppelbesteuerung mit anderen Staaten fand keine Anwendung. Es musste eine gültige Krankenversicherung für die Dauer des Aufenthaltes nachgewiesen werden. Nach Informationen der Regierung wurde das Programm 2022 eingestellt (BRAUN 2020; AGENDA.GE 2020; FRAGOMEN 2022).

Nach Ablauf des Programmes im Jahr 2022 verringerte sich der Reisezweck geschäftliche/dienstbezogene Reisen immerhin um etwa 7%.



Tracing the German Heritage of the South Caucasus



giz
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT
FÜR INTERNATIONALE
ZUSAMMENARBEITEN



Abbildung 82: Titelseite einer von zahlreichen Publikationen der GIZ zum Thema Deutsches Erbe im Südkaukasus. Ein praktisches Beispiel für den Heritage Tourism, der in Georgien an Bedeutung zunimmt. (Quelle: GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT o.J.: 1)

Den letzten wichtige Reisezweck für internationale Besucher stellte 2019 der Einkaufstourismus/Shopping dar. Etwa 6,8% der internationalen Besucher gaben an, deshalb das Land zu besuchen. Dies änderte sich 2020 auf 7,2% und verringerte sich

2022 auf 4,2% stabilisierte sich 2023 bei 5,4%. Insgesamt ist eine Verringerung als Reisezweck um 1,4% zwischen 2019 und 2023 zu erkennen.

4.2.5. Was nehmen wir mit?

Als Zwischenfazit bleibt zu sagen, dass das Thema internationaler Tourismus und damit auch der *Overtourism* sehr vielschichtig ist. Es ist zu bilanzieren, dass der Tourismus in Georgien eine ausgesprochen komplexe Materie darstellt, hinter der nicht nur die staatliche Verwaltung, sondern auch viele Menschen und ihre Bedürfnisse stehen. Wirtschaftlich und kulturell wäre das Land ohne Tourismus *ärmer*. Ein Land, das seit alters her als Brückenkopf zwischen verschiedenen Kulturen und Kontinenten dient, kann heute ohne den Tourismus nicht überleben. Alleine die Fülle an verschiedenen Formen des Tourismus, die einem in dem kleinen Land im Südkaukasus begegnen, ist von einer großen Vielfalt geprägt. Wir nehmen mit, dass Georgien über ein großes touristisches Potenzial verfügt. Es ist wichtig, dass neue und neuartige Tourismusformen eine Chance haben wie z.B. der *Heritage Tourism* (SOFIELD u. LI 2005: 275) (vgl. Abbildung 82), der zwar gefördert wird, aber immer noch ein Nischendasein führt.

Wir wissen, dass viele Leute nach Georgien reisen, um den verschiedensten Aktivitäten vom Urlaub bis zur Geschäftsreise nachzugehen. Wir wissen auch wo die Besucher sich am liebsten aufhalten. Was der Autor aber ursprünglich feststellen wollte, nämlich *Overtourism* in Svaneti, fand er nicht (mehr). Auch wenn der Bürgermeister in manchen Jahren von Touristenmassen berichtet, die des Nachts auf Straßen und in öffentlichen Parkanlagen kempieren, so findet man diesen Zustand gegenwärtig nicht mehr vor. Dies gilt auch für die Annahme, dass sich Georgien zu einer übermäßig stark frequentierten pauschaltouristischen Destination entwickelt, in welcher sich Besuchermassen gleich Heerscharen durch das Land bewegen.

Im Gegenteil: Svaneti ist auf dem Weg an Attraktivität zugewinnen. Vielleicht wird in ein paar Jahren die gleiche Diskussion erneut geführt, aber in der Gegenwart gibt es keineswegs zu viele Touristen in Georgien. Die Befürchtungen aus dem Jahr 2019, haben sich (glücklicherweise) nicht bewahrheitet (LAURIG 2019). Retrospektiv ist zu sagen, dass man sich auch als Forscher in Aussagen, welche die Zukunft betreffen, irren kann. Ob dies der COVID-19-Pandemie geschuldet ist, kann nicht mit absoluter Gewissheit beantwortet werden.

Es ist aber fraglos so, dass die Pandemie als natürlicher Blocker einen Teil dazu beigetragen hat, den *Overtourism* (für den Moment) aus Svaneti fernzuhalten. Ob das als

gutes oder schlechtes Zeichen zu werten ist, ist schwer zu beantworten. Es ist erkennbar, dass die georgische Tourismuswirtschaft auch nach COVID-19 schnell wieder auf die Beine gekommen ist. Dies zeigen die dargestellten Zahlen.

5. Geoparks in Georgien

Ein weiteres Feld, das im Kontext des vorliegenden Textes ebenfalls (kurz) bearbeitet werden soll, ist die Frage nach Geoparks in Georgien. Das Thema erfreut sich sowohl in der (georgischen) geographischen Forschung als auch auf politischer Ebene zunehmender Beliebtheit. Bereits seit 2017 befasst sich der Autor mit der Möglichkeit der Errichtung eines Geoparks im Südkaukasus. Als die drei Hauptkandidaten für einen Standort wurde Georgien, Armenien und Aserbaidschan ausgelotet.

Erfreulicherweise bot sich mit der vom Autor durchgeführten Umfrage eine Möglichkeit, die Stimmung der vom Tourismus abhängigen Bevölkerung zur Geoparkthematik zu erörtern. Sicherlich ist die Umfrage nicht dazu geeignet, eine vollständige Evaluation des Themas zu bieten, dies war allerdings auch nicht die Intention. Zunächst wurde mit Hilfe der Umfrage abgefragt, ob die Personen überhaupt eine Vorstellung des Begriffes des Geoparks haben. In der anfänglichen Fragestellung wurde bewusst auf zusätzliche Konnotationen (z.B. UNESCO Global Geopark) verzichtet, um die Antworten nicht zu beeinflussen. Dies gilt besonders für den Fall, dass die befragten Personen bereits von dem einen oder anderen Geoparkkonzept erfahren hätten.

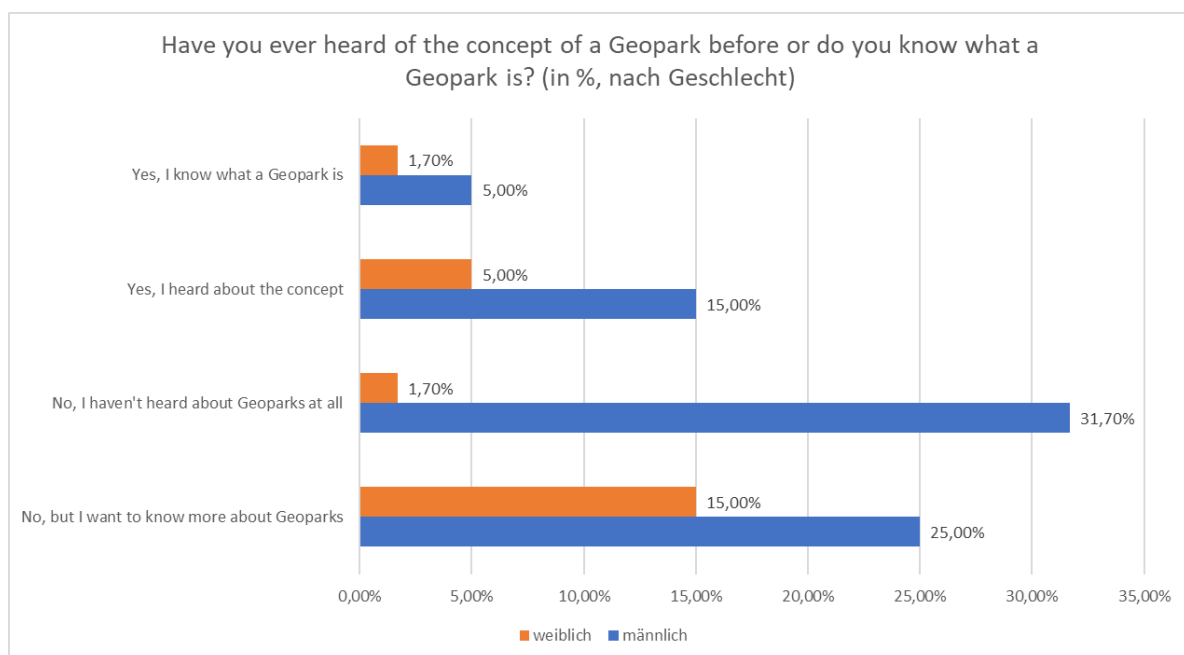


Abbildung 83: Frage nach der Bekanntheit des Geoparkkonzeptes, in %, nach Geschlecht, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

In der Tat war die Abfrage bzw. die Bekanntheit des Themas wenig überraschend (Abbildung 83 und 84). Rund 33% der befragten Personen konnten mit dem Begriff nichts anfangen, der Anteil der männlichen Befragten (31,7 %) stach im Vergleich zu den weiblichen (1,7%) hierbei allerdings deutlich heraus. Ein überraschendes Ergebnis war, die Tatsache, dass etwa 15% der weiblichen Befragten angaben, nicht über das Thema zu wissen, allerdings gerne mehr darüber erfahren mochten; der männliche Anteil lag hier bei 25%. Allerdings muss man bedenken, dass das Gesamtverhältnis von männlichen Befragten zu weiblichen etwa 3:1 betrug. Im Altersbereich von 18 – 44 Jahren überwog die Angabe, *zwar nichts zum Thema Geoparks zu wissen, aber gerne mehr darüber erfahren zu wollen* (mit 30% deutlich vor den anderen Optionen). Nach Geschlechtern aufgeteilt, war der Wunsch nach mehr Information zum Thema sogar die am häufigsten gewählte Antwort (40%).

Dies lässt die Vermutung zu, dass insbesondere jüngere Personen unter 45 eher am Thema (und damit an einer möglichen Neuerung) interessiert sind als die ältere Generation. Dieser Umstand trifft auch auf viele andere Neuerungen zu.

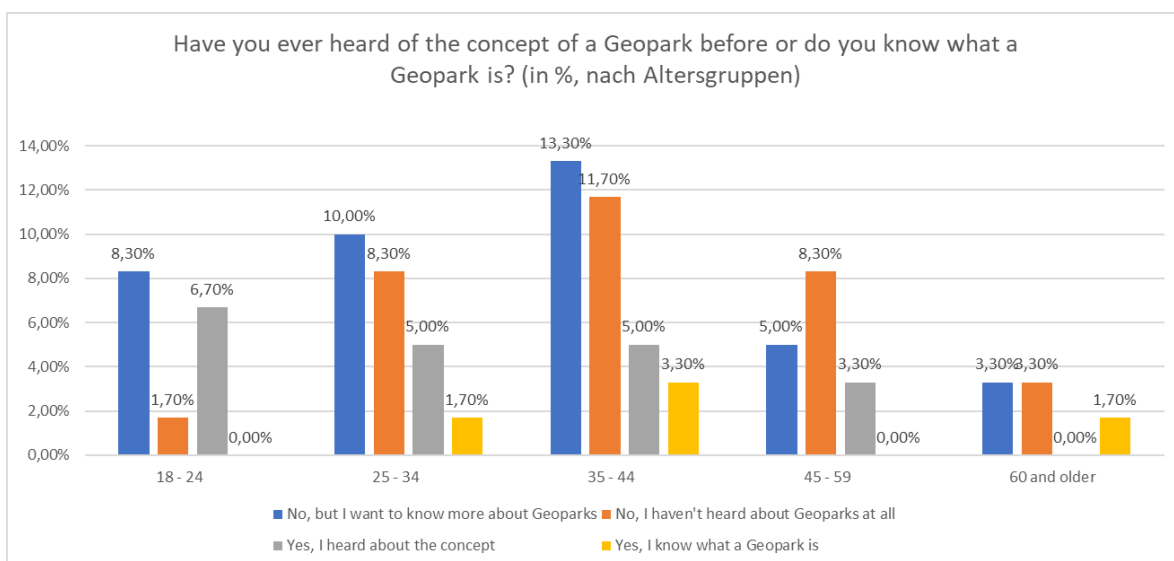


Abbildung 84: Frage nach der Bekanntheit des Geoparkkonzeptes, in %, nach Altersgruppen (Quelle: Eigene Darstellung)

Warum verhältnismäßig viele weibliche Befragte offenbar ein Interesse am Thema der Geoparks aufwiesen, konnte abschließend nicht geklärt werden. Aus der Beobachtung und persönlichen Gesprächen und Erfahrungen mit Einwohnerinnen Svanetis heraus, liegt die Vermutung nahe, dass Svaninnen etwas offener für Neuerungen bzw. interessierter an den Vorgängen in der Welt sind, als Svanen. Diese Aussage ist nicht wertend gemeint und stellt auch keine Stereotypisierung der Bewohner Svanetiens dar. Sie bezieht sich ausschließlich

auf die persönlichen Erfahrungen des Autors und spiegelt dessen persönliche Eindrücke wider. Dieser nahm männliche Svanen eher als reserviert bzw. traditionsbewusst wahr. Ein Umstand, der sich ebenso in der Akzeptanz für Neuerungen niederschlägt. Neue Konzepte die von *außen* (also außerhalb Svanetiens) angetragen werden, werden nach Wahrnehmung des Autors, häufig erst einmal mindestens *kritisch beäugt* und daraufhin nicht für eine unmittelbar Anwendung in Betracht gezogen. Gelegentlich erfahren solche Konzepte auch eine direktere Ablehnung.

Exkurs: Definition Geoparks

Auch wenn das Thema Geoparks nicht das Hauptthema der Arbeit ist, so ist es doch ein Teil davon. Aus diesem Grund möchte der Autor zumindest dem interessierten Leser in aller Kürze einen Einblick in die Definitionsvielfalt des Geoparkbegriffes geben. Hierbei werden zwei Definitionen in Betracht gezogen, die nach Meinung des Autors am besten in den Kontext der vorliegenden Arbeit passen. Die erste Definition und wohl auch die bekannteste stammt von der UNESCO bzw. dem von der UNESCO geführten Global-Geopark-Network (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION 2015: 7):

„UNESCO Global Geoparks (UGGp) are single, unified geographical areas where sites and landscapes of international geological significance are managed with a holistic concept of protection, education and sustainable development.“

Bei der oben genannten Definition handelt es sich zwar primär um die Definition eines Geoparks nach UNESCO-Maßgaben. Weil aber das Konzept faktisch aller anderen Arten von Geoparks mehr oder minder auf dem UNESCO-Konzept fußt, kann dieses durchaus als allgemeingültig angesehen werden, auch wenn sich andere Geoparks im Detail abweichend definieren.

Darüber hinaus gibt es eine ähnliche, aber weiter gefasste Definition von Dowling und Newsome, die eine mehr praxisbezogene Handschrift trägt (DOWLING u. NEWSOME 2010: 9):

„A geopark is a nationally protected area containing a number of geological heritage sites of particular importance, rarity or aesthetic appeal. These Earth heritage sites are part of an integrated concept of protection, education and sustainable development. A geopark achieves its goals through a three-pronged approach: conservation, education and geotourism.“

Die letzte verfügbare Definition stammt vom Autor selbst und wurde das erste Mal in seiner Masterarbeit vorgestellt (VALENTIN 2019: 13). Diese lautet:

„Geoparks sind Gebiete, die den Menschen die Bedeutung des geologischen Untergrundes für die Gestalt des Raumes begreiflich machen, Wissen über die Zusammenhänge im Erdinneren und auf der Erdoberfläche unter Zuhilfenahme der Geowissenschaften sowie über die thematisch mit dem Raum verknüpften Bereiche der Archäologie, Kultur-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte vermitteln und Motivation für die Bewahrung und den Schutz der Natur und der natürlichen Ressourcen der Erde hervorbringen.“

Da im Falle von Georgien die internationale Ausrichtung von möglichen Geoparks eine große Rolle spielt, ist anzunehmen, dass im Falle einer Einrichtung, das Modell der UNESCO Global Geoparks zum Tragen kommt und somit bei zukünftigen Projekten sich mögliche Geoparks nach der oben genannten UNESCO-Definition richten werden. Abschließend sei gesagt, dass es sich bei Geoparks nicht um (Natur-)Schutzgebiete handelt, da die Ausweisung eines Geoparks keinen Schutzstatus gemäß der IUCN-Richtlinien (DALTON ET AL. 2024: 88) nach sich zieht und auch nicht gewünscht ist.

Der zweite Schritt innerhalb der Befragung bestand darin, den Befragten zunächst eine Vorstellung davon zu vermitteln, was es bedeutet, wenn in Svaneti (oder der entsprechenden Heimatregion) ein Geopark eingerichtet werden würde. Mit der Definition für die UNESCO Global Geoparks (siehe Exkurs) und des Erklärungstextes lautet die Definition wie folgt:

A Geopark is a relatively new touristic entity that shows the geological beauty of a certain region to the world. It also contains museums, local traditions and everything that is linked to the region it is located. Those Geoparks are either maintained by local authorities (for Example: the Agency for protected Areas in Georgia) or they are normally member in a global network maintained by UNESCO. Therefore, those Geoparks are called UNESCO-Geoparks. The Geoparks are also about environmental topics but they are no protected areas (like National Parks or Sanctuaries for animals). Geoparks can generate new jobs for the local population and improve the infrastructure within the area. Also, Geoparks are a good way to impart knowledge and science to the local population and tourists as well. There are plans to create Geoparks in Georgia. Below you can see a fictional advertisement for a Geopark in Georgia (located in Kacheti region). This Geopark is about the rich geologic history of south-east Georgia and the rich viticulture in the area.

Die Frage, die sich auf diese Beschreibung bezieht, zielt darauf ab zu erfahren, ob die Befragten, in Kombination mit der Werbebroschüre des fiktionalen Geoparks in Südostgeorgien (Abbildung 87) eine solche Einrichtung in Svaneti bzw. ihrer Herkunftsregion gutheißen oder ob ein solches Vorhaben auf Ablehnung stoßen würde. In der Tat stellte sich im Laufe der Befragung heraus, dass eine Mehrheit, eine solche Einrichtung befürworten würden.

Bei den Antworten, war das Geschlecht unerheblich, nur etwa 5% der Gesamtbefragten äußerten sich ablehnend (siehe Abbildung 85 und 86) oder wollten keine Antwort geben. Diese 5% waren ausschließlich männlichen Geschlechtes. Erstaunlicherweise kam eine der ablehnenden Stimmen aus der Altersgruppe der 25-34 Jährigen. Die genauen Beweggründe konnten indes nicht ermittelt werden, es ist davon auszugehen, dass bei Gesamtbetrachtung diese Abweichung keine Rolle spielt.

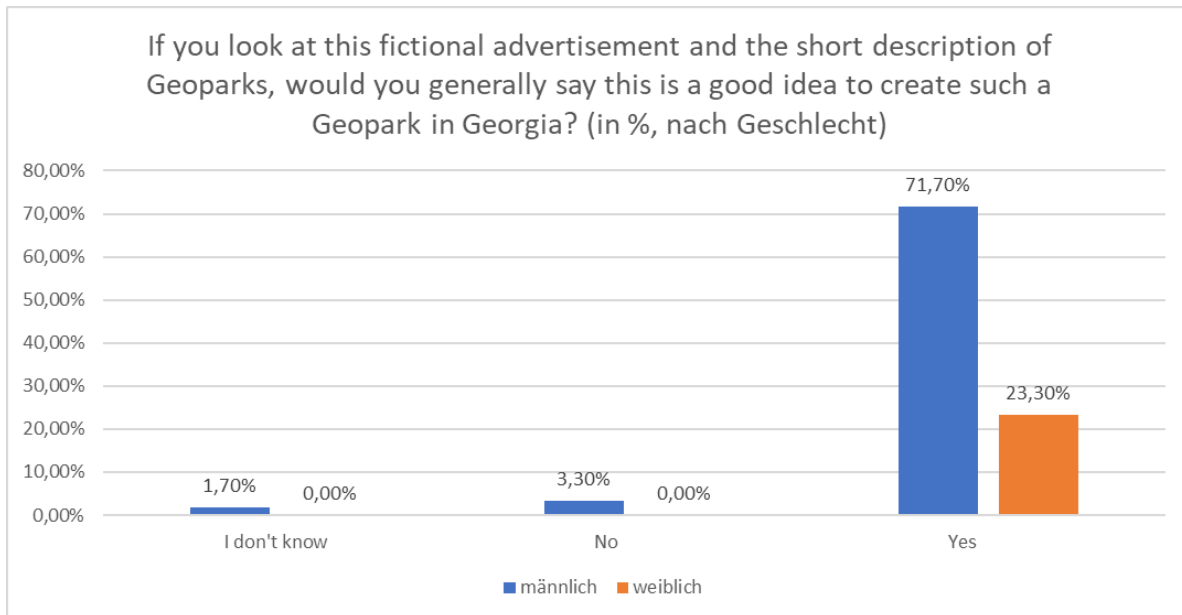


Abbildung 85: Abfrage ob die befragten Personen einen Geopark in Georgien für eine gute Idee halten, basierend auf der fiktionalen Werbebroschüre, in %, nach Geschlecht, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

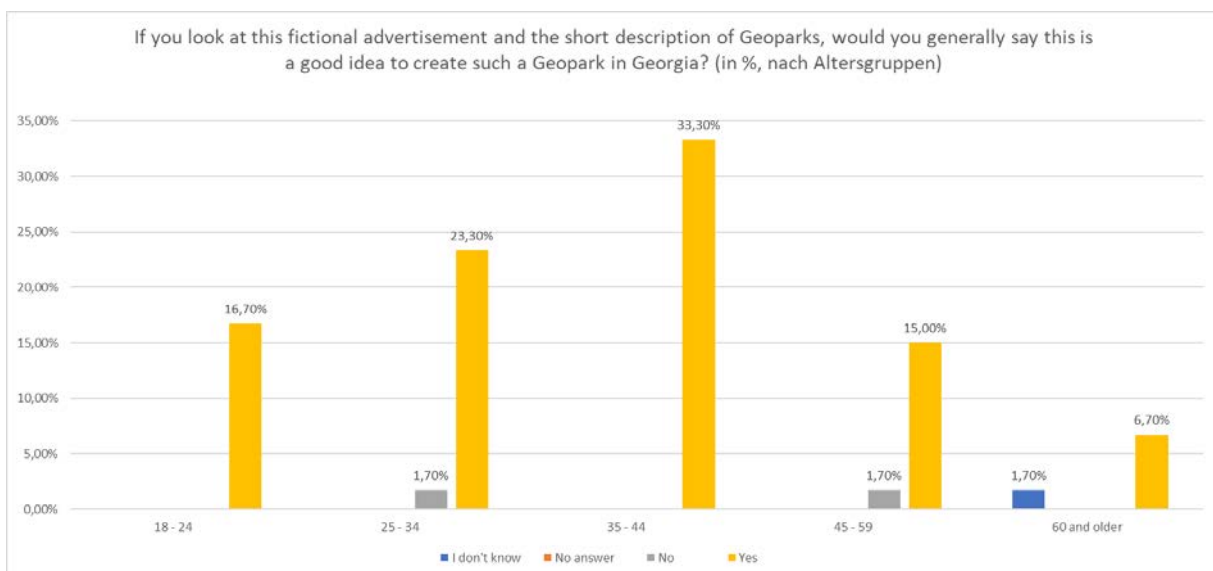


Abbildung 86: Abfrage ob die befragten Personen einen Geopark in Georgien für eine gute Idee halten, basierend auf der fiktionalen Werbebroschüre, in %, nach Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Die nächste Frage zielte auf die Einstellung der befragten Personen zu einer möglichen Verwaltungsstruktur georgischer Geoparks. Hierbei ging es konkret um die Frage, ob eine staatliche Verwaltungsstruktur in einem geschlossenen staatlichen Verwaltungssystem bevorzugt wird oder die Geoparks auf Basis eines mehr oder weniger offenen Netzwerkes verwaltet werden sollen, in denen die staatlichen Organisationen reine Verwaltungsaufgaben übernimmt, nicht aber selber ein mögliches Netzwerk gründet und betreibt.

Alvaio-Geopark

Georgian Geoparks LEPL
Alvaio Geopark Information Centre
alvaio@geoparks.ge
http://www.geoparks.ge

Administrated by:
Agency of Protected Areas
D. Gulua Str. #6
Tbilisi 0114, Georgia
http://www.apa.gov.ge

Georgian Geoparks LEPL
Alvaio Geopark Information Centre
alvaio@geoparks.ge
http://www.geoparks.ge

Find us on Facebook
Follow us on Twitter
Post us on YouTube
Request us on LinkedIn

© 2014-2015. All rights reserved.

Visit the place where ...Nature was carved in rocks...

Welcome to Georgia, Welcome to Alvaio-Geopark...

We are proud to present you the first Georgian Geopark as a precious piece of nature in the eastern region of Kacheti.

Alvaio represents **AL**azani, **V**ashlovani and **I**ori, the two rivers that flow around our Geopark and one of the largest National Parks in Georgia in the Heart of our Geopark

The Geopark itself covers an area of 4,271 km² and stretches from the western border of Kacheti region to the south-eastern part of Kacheti adjacent to Azerbaijan.

The Geoparks offer a rich variety of geological, cultural and environmental attractions.

You can hike through the colourful limestone badlands of the Vashlovani National Park area, watch birds and other animals that streak through our mind-blowing nature or you can get in touch with our heritage.

We welcome you to our Geopark Centre in Dedoplistskaro, where you can find information about our Geopark and get in touch with local guides that will show

You can also find maps, and equipment for your activities there.

A rental station for mountainbikes is also available.

If you want to take part in one of our famous "Wildlife discovery tours", please feel free to contact our staff. We want to make your stay in the Alvaio-Geopark as comfortable as possible.



Visit one of our numerous vineyards and experience 8000 years of winemaking history, and of course taste them...



Follow the path of long vanished archaic oceans, discover fossils, beautiful Takhti-Tepas (mudvolcanoes) and learn about our geological heritage ...



Take advantage of our famous hiking trails and discover the astonishing flora and fauna of the region. Enjoy the charming sunsets and the wide and open countryside...



Unwind your soul by visiting our famous monasteries and enjoy the spiritual atmosphere, find new friends and let you feel the heartwarming hospitality of the Georgian people...



Find your way with our specially designed signposts. For more information about your location or for guidance, simply scan the QR-Code and find the information you desire.

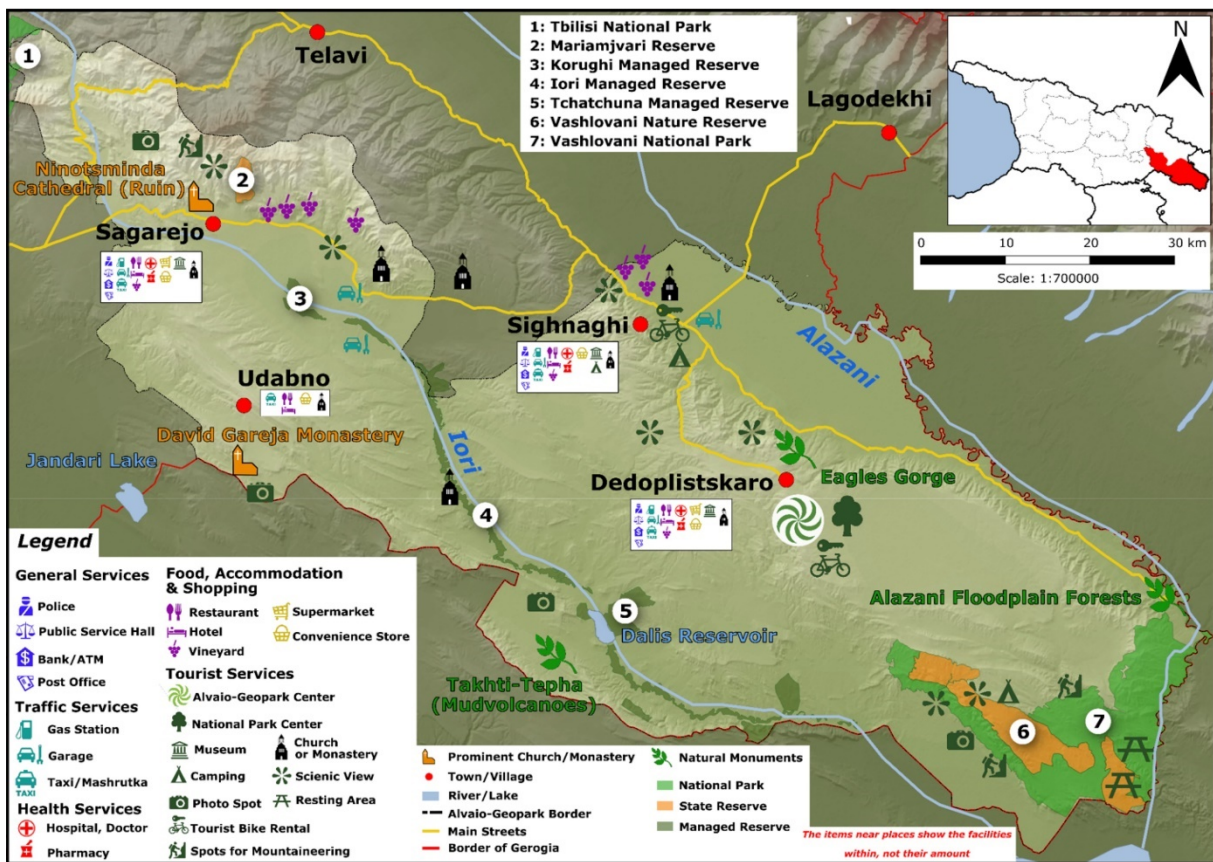


Abbildung 87: Werbebroschüre für einen fiktionalen Geopark im Südosten Georgiens zu Befragungszwecken (Quelle: Eigene Darstellung)

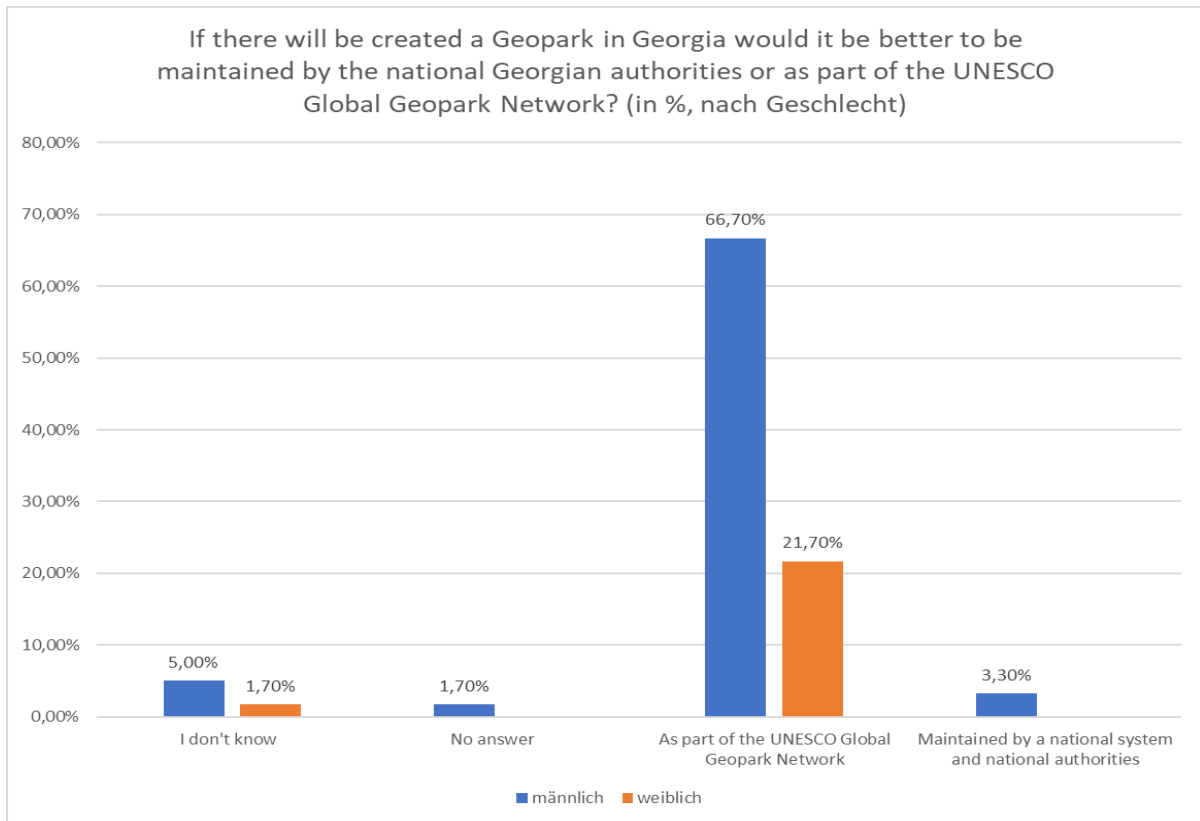


Abbildung 88: Frage nach der Verwaltungsstruktur eines möglichen Geoparks: lokale Behörden vs. UNESCO Global Geopark Network, in %, nach Geschlecht, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

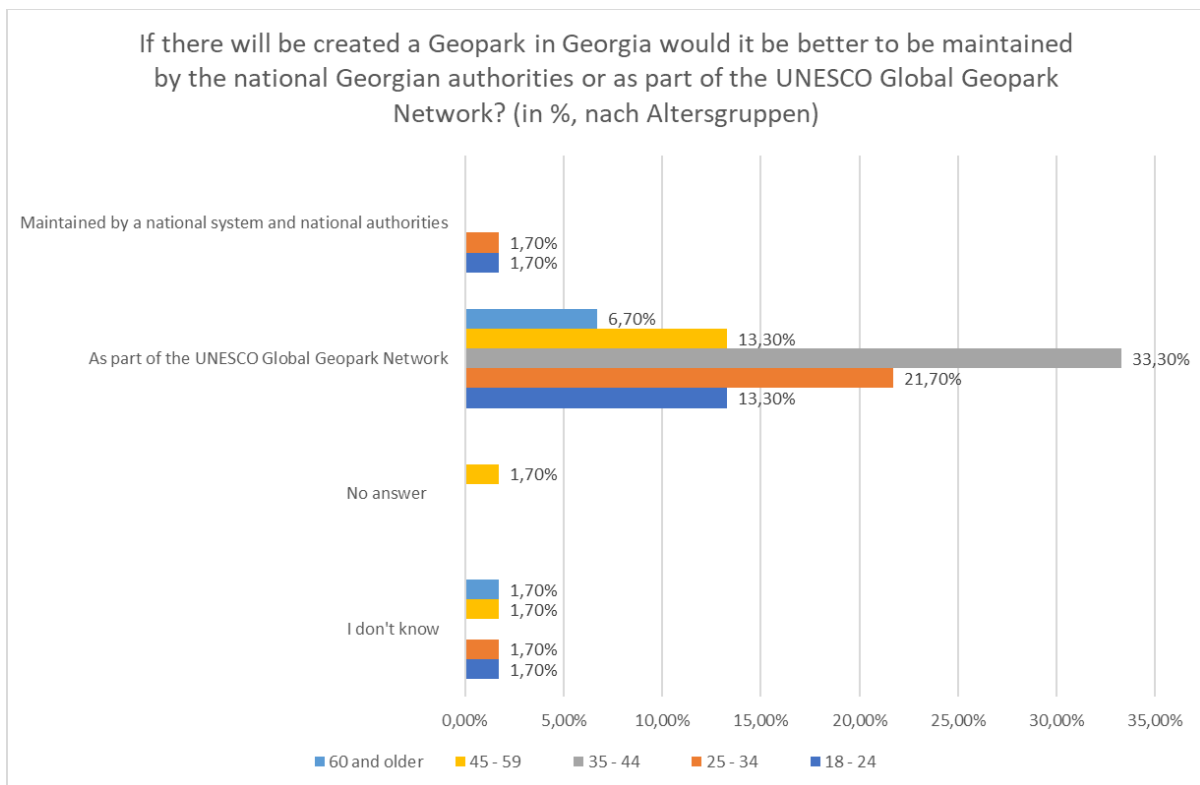


Abbildung 89: Frage nach der Verwaltungsstruktur eines möglichen Geoparks lokale Behörden vs. UNESCO Global Geopark Network, in %, nach Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Zur Auswahl standen folgende Gedankenspiele: Ein mögliches Szenario spielte mit dem Gedanken, dass die georgische APA (Agency of protected Areas) als Teil des georgischen Ministeriums für Umwelt und Landwirtschaft (Ministry of Environment and Agriculture of Georgia) damit beauftragt wird, eine Verwaltungsstruktur für Geoparks zu schaffen. Dies bedeutet, ein System zu erfinden, das (ähnlich wie die Nationalen Geoparks in Deutschland) eine eigene Geoparkstruktur, angepasst an die nationalen Bedürfnisse, enthält. Die Idee dahinter ist, dass man sich von den Vorgaben der UNESCO Global Geoparks löst und seine eigenen Zertifizierungen ausgeben kann. Da Geoparks keine Schutzgebiete sind, müssten diese ausgekoppelt von den restlichen Aufgaben der APA betrachtet werden. Dennoch wäre die APA thematisch die geeignetste Behörde, um eine solche Aufgabe zu übernehmen. Sie ist nämlich die einzige Regierungsbehörde, die sich um Schutzgebiete kümmert und bereits über Know-How im Bereich von Parkverwaltungen (National Parks) verfügt sowie mit der Aufgabe der Verwaltung der UNESCO-Weltnaturerbestätten in Georgien betraut ist (AGENCY OF PROTECTED AREAS 2021). Das Wissen hieraus könnte einem nationalen Geoparkverwaltungssystem zugutekommen. Zudem ist es sicher einfacher, alle georgischen Geoparks in einem nationalen System zusammenzufassen und administrative Aufgaben zentral durch eine Stelle durchführen zu lassen, als die Verwaltung der Geoparks hiermit zu betrauen. Kritikpunkte sind die Ineffizienz der georgischen Verwaltung, die mangelhafte Finanzierung öffentlicher Betriebe, der Hang zur Vetternwirtschaft und die mögliche Nicht-Anerkennung des Georgischen Geoparksystems aufgrund mangelnder internationaler Reputation/Zertifizierung.

Das zweite Szenario wäre in der Gesamtorganisation etwas weniger aufwändig und aller Voraussicht nach ökonomischer, da zum Einen weniger Personal benötigt wird und zum Anderen keine neuen Strukturen geschaffen werden müssen. Hierbei ist es so, dass Georgien die Regeln der UNESCO Global Geoparks adaptiert und diese auf georgischem Gebiet durch die UNESCO zertifizieren lässt. In diesem Fall wäre die APA voraussichtlich nicht mehr oder nur noch teilweise in den Prozess integriert, da die Hauptaufgaben zur Zertifizierung und sonstige Verwaltungsaufgaben im Rahmen der Geoparks wahrscheinlich durch die georgische nationale UNESCO-Kommission übernommen würden. Die Kommission beaufsichtigt bereits die Zertifizierungsprozesse der Weltkulturerbestätten (GEORGIAN NATIONAL COMMISSION FOR UNESCO o.J.b).

Ob die generellen administrativen Aufgaben der georgischen Geoparks (Administration, Personalverwaltung, Marketing etc.) auch von der georgischen UNESCO-Kommission übernommen würden, kann zu diesem Zeitpunkt nicht beantwortet werden. Dagegen spricht insbesondere die derzeitige personelle Ausstattung (drei Personen inklusive der Generalsekretärin) (GEORGIAN NATIONAL COMMISSION FOR UNESCO o.J.a) der georgischen UNESCO-Kommission.

Grundsätzlich wäre die Situation bei Annahme des UNESCO Global Geopark Standards ähnlich wie sie auch in anderen Ländern vorliegt, so z.B. in Deutschland. Hier werden die UNESCO Global Geoparks von der nationalen UNESCO Kommission zertifiziert und durch das bei der Kommission angesiedelte Sekretariat betreut (DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION E. V. 2022: 8). Wie aus Abbildung 88 und 89 zu entnehmen ist, ist die Meinung der befragten Personen hier eher als eindeutig einzuschätzen. Knapp 66% der männlichen und 22% der weiblichen Befragten hatten eine Vorliebe für die UNESCO-Lösung.

Auch in den Altersbereichen gab es keine überraschenden Wendungen: die Befürworter stammen aus den Reihen der 18-24 und der 25-34-Jährigen. Für den Autor ist das Ergebnis nicht überraschend, da dies auch das nicht selten anzutreffende Misstrauen der georgischen Bevölkerung (vor allem in Gebieten fern der Hauptstadt) gegenüber den eigenen staatlichen Institutionen widerspiegelt.

Die nächste Frage bezieht sich auf die Meinung zu grenzüberschreitende Geoparks im Südkaukasus. Diese Frage wurde bewusst gewählt, auch wenn dem Autor das mögliche Konfliktpotential bewusst war. Hintergrund ist, dass Geoparks auch als grenzüberschreitenden Geoparks existieren. Dies ist zum Einen dem Umstand geschuldet, dass sich geographische und/oder geologische Phänomene nicht mit nationalen Grenzen übereinstimmen auch wenn viele (Landes-)Grenzen entlang derartiger Elemente (z.B. Berge oder Bergketten) gezielt verlaufen, da diese als eine natürliche Begrenzung interpretiert werden. Zum Anderen ist so, dass Geoparks in Verbindung mit anderen Modellprojekten eine Lösung sein könnten, wie sich Frieden in konfliktbehafteten Regionen dauerhaft herstellen lässt.

Ein interessantes Mittel könnte es sein, die georgischen Geoparks mit dem Konzept der Peaceparks (vgl. hierzu auch (VALENTIN 2021: 142; ALI 2007: 333–334) zu verbinden. Gerade im Licht der Ereignisse der jüngeren Vergangenheit (Georgisch-Russischer Krieg: MOURITZEN 2012: 81–90, Konflikte zwischen Aserbaidtschan und Armenien (VALENTIN u.

STAARMANN 2019: 36–37) bzw. der ehemaligen de facto Republik Artsakh (GRIGORYAN 2024: 3–4; DITTMANN u. VALENTIN: 96) würde ein solches Modell unter Beachtung nationaler Befindlichkeiten (zumindest keine Verschlechterung der Beziehung bedeuten).

Der Anspruch, einen vollständigen Frieden in der Region zu generieren, ist allerdings durch ein solches Projekt nicht zu bewerkstelligen. Es würde vielmehr einen kleinen Baustein auf dem langen, steinigen Weg eines Friedensprozesses darstellen. Hierbei ist zu beachten, dass dies aktuell nur für den südlichen Südkaukasus gelten kann. Sicher wäre eine friedliche (zumindest aber eine neutrale) Koexistenz zwischen Georgien und der russischen Föderation erstrebenswert. Dies ist bei der aktuellen Situation der besetzten Gebiete (Abchasien und Süd-Ossetien) allerdings mehr im Bereich des Wunschdenkens zu verorten, da die Fronten zwischen beiden Regierungen verhärtet sind.

Den Status-Quo wird man auf offizieller (d.h. Regierungsebene) schwerlich in naher Zukunft überwinden können. Daher wäre die Einrichtung von Geoparks mit PeacePark-Funktion im Bereich Aserbaidschans, Armeniens und Georgiens ein wichtiges Signal. Hierbei gibt es verschiedene Modelle mit unterschiedlicher Machbarkeit (s. Tabelle 6).

	Georgien	Armenien	Aserbaidshan	Alle Länder
Georgien	X	Mögliche Option	Mögliche Option	X
Armenien	Mögliche Option	X	Nicht möglich	X
Aserbaidshan	Mögliche Option	Nicht möglich	X	X
Alle Länder	X	X	X	Effektivste Variante

Tabelle 6: Matrix zur Machbarkeit von Geoparks im Südkaukasus (Quelle: Eigene Darstellung)

Es wurden die aktuellen diplomatischen Niveaus zwischen den Ländern Aserbaidshan und Armenien zugrunde gelegt (MARTIROSYAN 2024). Die Matrix beruht auf Schätzungen und persönlichen Erfahrungen des Autors. Es erscheint grundsätzlich möglich, dass grenzübergreifende Geoparks zwischen Armenien und Georgien sowie Georgien und Aserbaidshan umsetzbar sind.

Ein Geopark zwischen Armenien und Aserbaidschan wird derzeit nicht für möglich gehalten. Es gibt aber das Modell eines *Drei-Länder Geoparks* zwischen Georgien, Armenien und Aserbaidschan. Dieser könnte auch PeacePark-Funktionalitäten übernehmen. Der Gedanke ist, dass Georgien in einer solchen Konstellation eine Mittlerposition einnehmen könnte, da die Verhältnisse zu den beiden anderen Staaten wenigstens als neutral einzuschätzen sind und damit erheblich besser als zwischen Armenien und Aserbaidschan.

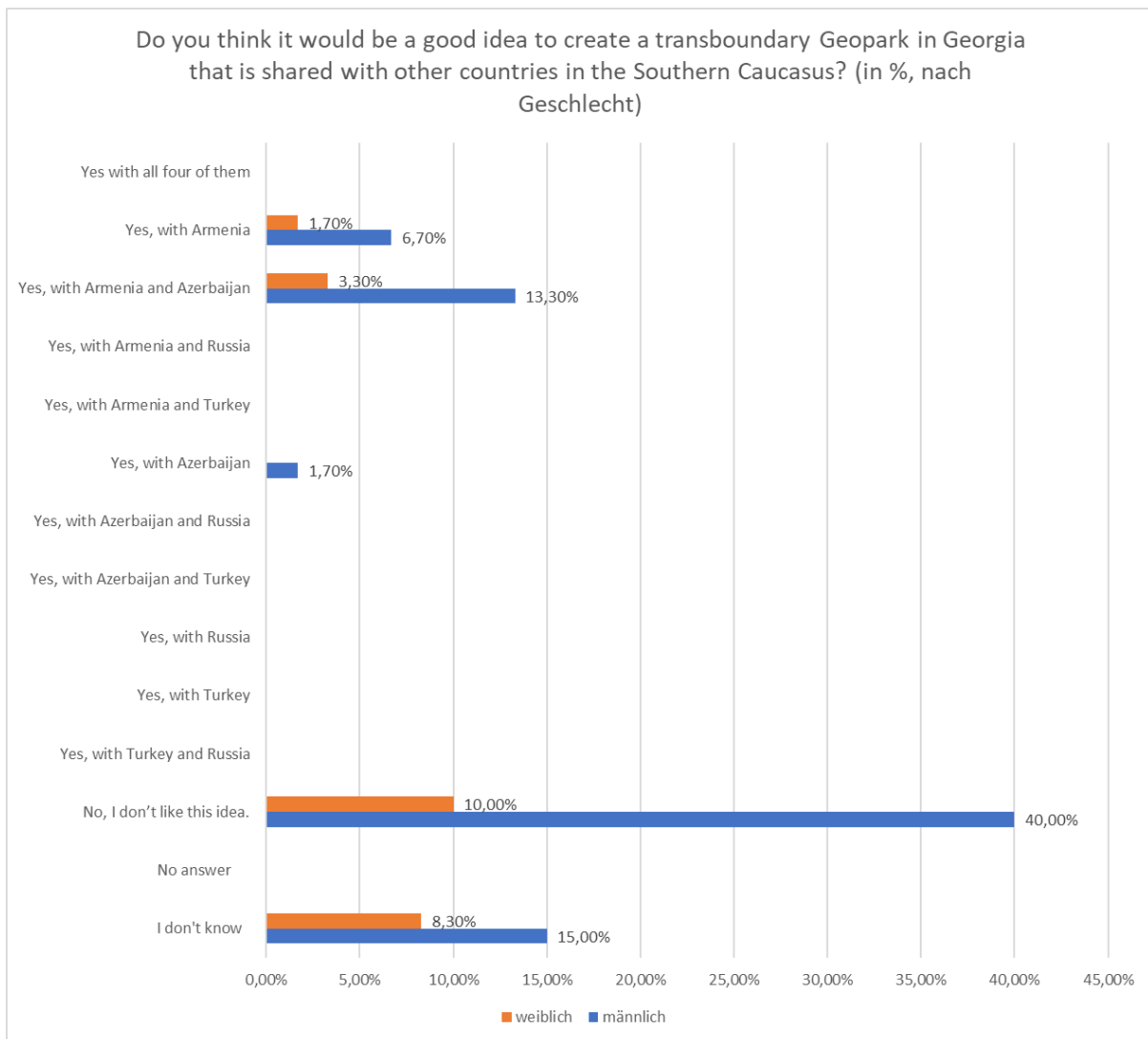


Abbildung 90: Frage nach den Meinungen für grenzüberschreitende Geoparks im Südkaukasus, in %, nach Geschlecht, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

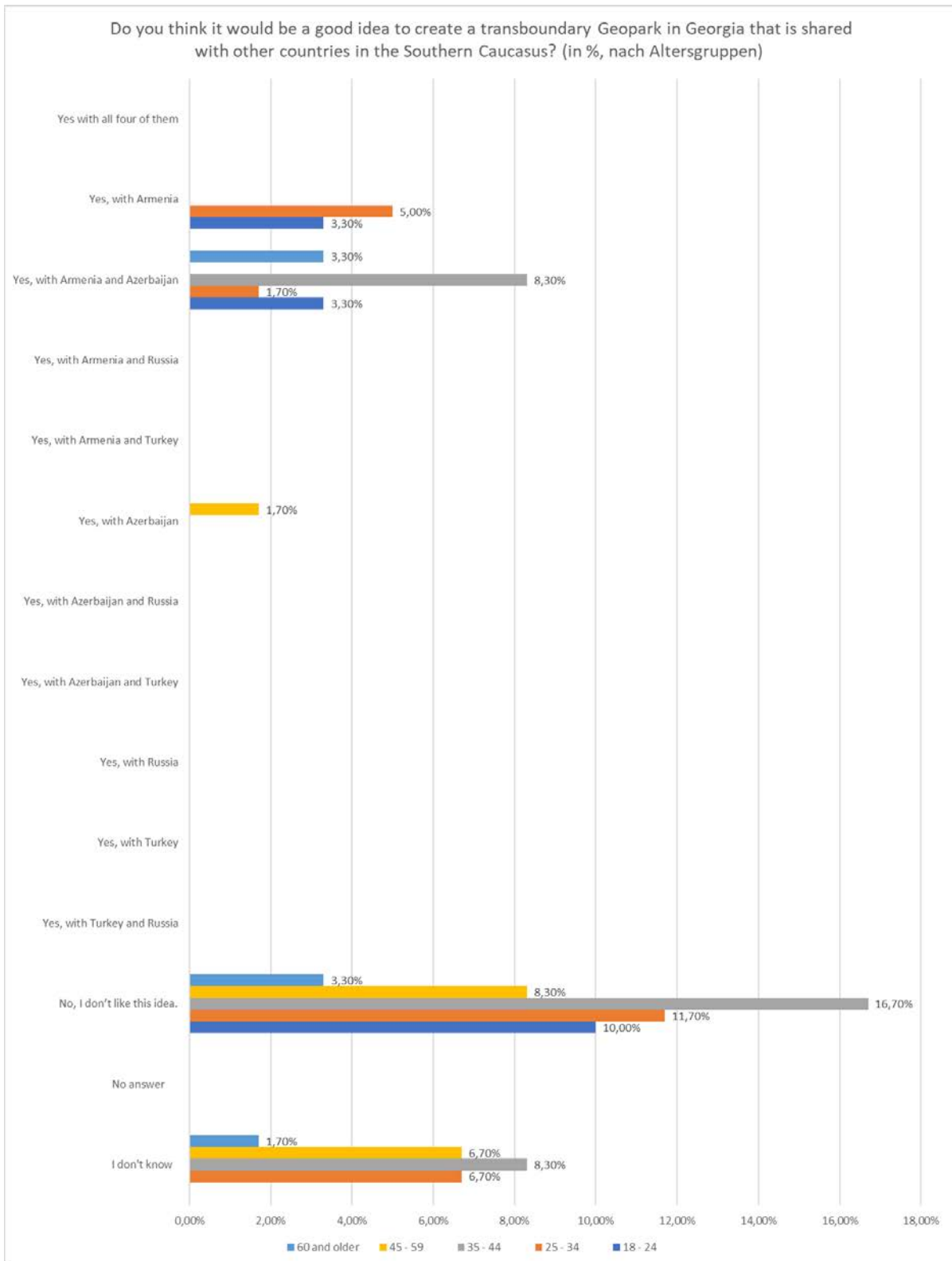


Abbildung 91: Frage nach den Vorlieben für grenzüberschreitende Geoparks im Südkaukasus, in %, nach Altersgruppen, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Antwort auf diese Frage war eher als eindeutig (vgl. Abbildung 90 und 91) einzuschätzen. Bezogen auf das Geschlecht, waren sich Frauen und Männern (10% und 40%) anteilmäßig einig, dass ein grenzüberschreitendes Projekt dieser Art keine Option darstellt, einige Befragte favorisierten eine grenzüberschreitende Lösung mit Armenien und Aserbaidschan. Der größte Teil der Befürworter der grenzüberschreitenden Lösung, sprach sich für die *Drei-Staaten-Lösung* aus. Bei der Altersverteilung war es interessant zu sehen, dass ein Teil der Befragten über 60 Jahren für die *Drei-Staaten-Lösung* votierte, da man hier gemeinhin annimmt, dass diese Altersgruppe eher eine konservative Position einnimmt. Ferner ist in Bezug auf die Umstände der Befragung daran zu erinnern, dass die Befragung im nordwestlichen Teil Georgiens, im Grenzbereich zur russischen Föderation, durchgeführt wurde, also in einer Region, in der kriegerische Handlungen, Grenzkonflikte und völkerrechtswidrige Landnahmen in den vergangenen 16 Jahren, vor allem nach Ausbruch des Georgisch-Russischen Krieges 2008, zum Alltag gehört. Daher ist es wahrscheinlich, dass der internationale Gedanke auch im Rahmen der Völkerverständigung, wie er z.B. in der europäischen Union weitgehend internalisiert wurde, in diesem Teil der Welt nicht selbstverständlich ist.

Auch wenn die Georgier für ihre vielgepriesene Gastfreundlichkeit berühmt sind (vgl. BODEN 2018: 180), ist es sich auch so, dass die Georgier mit ihren vielen verschiedenen Volksgruppen durchaus über ein starkes Nationalbewusstsein verfügen. Nicht zuletzt infolge der Ereignisse im 20. Jahrhundert sind die Georgier sich über die Bedeutung der nationalen Identität, die in Sowjetzeiten unterdrückt wurde, im Klaren. Der Autor ist sich bewusst, dass das Ergebnis ggf. konservativer ausfallen könnte als in anderen Teilen Georgiens, von einem derart eindeutigen Ergebnis wurde aber selbst der Autor als Kenner der georgischen Kultur durchaus überrascht.

Der letzte Teil der Geoparkbefragung befasst sich mit der Frage der persönlichen Gefühle zu bestimmten Aspekten eines Geoparks. Hierzu wurden Fragen gestellt, die explizit auf in emotionale Aspekte zielen bzw. mit einem emotional konnotierten Ausdruck eine Gefühlssituation bei der befragten Person auslösen sollten. Hierbei wurde mit einer Mischung aus dem Verfahren der *Grounded Theory* und des *Emotionalismus* Bezug genommen. Dabei ist den als Ergebnis präsentierten Theorien stets ein sozialer Prozess vorausgegangen (STRÜBING 2021: 10–13).

Ökologie	Ökonomie	Wissenschaft	Emotion	Sicherheit
Eco-Friendly	Improvement	Educational	Preserving Traditions	Peaceful
Natural	Better future	Scientific	Useless	Harmful
	Prosperous		Dirty	Dangerous
	Opportunity for work			Security issue
	Income			
	Good for Tourism			
	Money waste			

Tabelle 7: Abgefragte emotional konnotierte Begriffe in Oberkategorien sortiert (Quelle: Eigene Darstellung)

Dennoch wurden „...im Rahmen der Methodologie der Grounded Theory keine besonderen Erhebungsformen entwickelt [...] Als Materialien kommen Interviews [...] in Frage“ (PRZYBORSKI u. WOHLRAB-SAHR 2014: 195). Es wird nach dem Modell des *Emotionalismus* gearbeitet, bei dem die Erfassung von Gefühlen im Vordergrund steht (BANDYOPADHYAY 2015: 127). Insgesamt wurden 19 emotional verschieden aufgeladene Begriffe abgefragt, von denen 18 zur Auswertung zugelassen wurden. Der ursprünglich in der Befragung erhobene Begriff „nice“ wurde im übersetzten Kontext häufig missinterpretiert und deshalb aus der Auswertung herausgenommen. Insgesamt teilen sich die Begriffe auf fünf Kategorien (Ökologie, Ökonomie, Wissenschaft, Emotion, Sicherheit) auf (vgl. Tabelle 7). Die Auswahl der Begriffe erfolgte unter dem Gesichtspunkt, welche emotionalen Punkte sich mit der Einrichtung eines Geoparks verbinden ließen. Dies dient der genaueren Evaluation, welche persönlichen Vorbehalte oder Erwartungen die befragten Personen tatsächlich gegenüber dem Konzept Geopark hegen und wie diese mental mit einem möglichen Geopark verknüpft werden. Vereinfacht ausgedrückt könnte man sagen, es soll

herausgefunden werden, welches (spontane) *Gefühl* die befragten Personen entwickeln, wenn sie über Geoparks sprechen.

Die Antworten sollten in der Fragesituation ohne große Überlegung oder lange Bedenkzeit ausgegeben werden. In der Kategorie *Ökologie*, finden sich zwei Begriffe: *Eco-Friendly* und *Natural*. Der Begriff *Eco-Friendly* zielt darauf ab zu erfahren, wie die befragten Personen generell zu umweltfreundlichen Lösungen im Tourismus eingestellt sind und ob Sie einen Geopark als eine solche Lösung einschätzen. Der Begriff *Natural* bezieht sich auf die Natur eines Geoparks, also ob der Geopark als eine natürliche Entität (wie z.B. ein Wald), die sich in das natürliche Gefüge einpasst wahrgenommen wird oder als künstlich erschaffener bzw. konstruierter Fremdkörper (wie z.B. eine menschengemachte Struktur in der Natur) interpretiert wird. In der Kategorie *Ökonomie* geht es um den wirtschaftlichen Faktor, der die befragten Personen im privaten berührt oder anders gesagt, „was“ die befragte Person im Privaten berührt. *Improvement* bezeichnet hier ganz allgemein das Gefühl, ob ein Geopark eine Verbesserung (persönlich, für die Region etc.) darstellen würde. *Better future* gründet sich auf den Gedanken, ob ein Geopark es vermag, in der aktuellen Lebenssituation der Befragten eine bessere Zukunft zu generieren, *Prosperous* meint die Erhöhung des (eigenen bzw. allgemein lokalen) Wohlstandes im Gebiet durch Errichtung eines Geoparks. *Opportunity for work* fragt danach, ob die Befragten glauben, dass ein Geopark eine Quelle für Beschäftigung ist bzw. Arbeitsplätze zu generieren vermag. Dies ist eine wichtige Funktion von Geoparks die bereits in der Forschung aufgegriffen wurde (DITTMANN 2017: 9).

Income fragt nach der Möglichkeit, dass Geoparks ein monetäres, reales Einkommen (und damit einen ökonomischen Mehrwert für die befragte Person) darstellen könnte. *Good for Tourism* bezieht sich auf die Annahme, dass ein Geopark das touristische Potenzial in der Region der Befragten erhöhen kann und mehr Tourismus in der Region generiert. *Money waste* repräsentiert die negative Seite eines Geoparks im ökonomischen Sinn. Die Frage zielt auf die Verschwendung von Ressourcen (Geld) bei der Errichtung eines Geoparks ab und auch auf den persönlichen Geld-/Wohlstandsverlust.

Der Bereich *Wissenschaft* deckt die Erkenntnisse ab, die mit einem Geopark einher gehen könnten. Der Begriff *Educational* meint in diesem Kontext, ob die Befragten sich vorstellen könnten, durch den Geopark etwas Neues über ihre Region zu lernen bzw. das auch Touristen neue Erkenntnisse über die Region gewinnen. *Scientific* steht für die wissenschaftlichen Erkenntnisse, die durch einen Geopark gewonnen werden. Es geht

darum, inwieweit das Wissen und den Umgang mit der eigenen Region erweitert oder verbessert.

Der Bereich *Emotion* fragt explizit nach nicht-rational erklärbaren Gefühlen oder Zuständen, welche die Befragten überkommen, wenn sie an Geoparks denken. Dies schließt auch negative Gefühle und Bedenken ein, die der Autor in seinen Beobachtungen vor Ort mitbekommen hat. *Preserving Traditions* bezeichnet die Fähigkeit eines Geoparks, lokale Bräuche und Traditionen zu erhalten. *Useless* meint die Sinnlosigkeit des Vorhabens Geopark im emotionalen Sinn (vgl. *money waste* im Bereich *Ökonomie*). Dies meint z.B. Schwierigkeiten sich mit einem Projekt dieser Art zu identifizieren. Der Begriff *Dirty* meint die reale Belastung (Schmutz/Lärm/Abgase/Menschenmassen etc.), den ein Geopark möglicherweise (auch durch die Besucher desselben) in die Perspektive der Befragten bringt. Der Begriff würde im Kontext der Umweltbelastung auch in den Bereich *Ökologie* passen, bezeichnet aber mehr als nur die rein ökologischen Folgen.

Die letzte Kategorie beschreibt die *Sicherheit*, hierbei geht es um das Gefühl der subjektiven Sicherheit, welches eine Geopark für die Befragten persönlich vermittelt, aber auch im Hinblick auf die regionale/nationale Sicherheit insbesondere im Fall von grenzüberschreitenden Geoparks. Der Begriff *Peaceful* meint das Gefühl, das ein Geopark als Konstrukt vermittelt, hauptsächlich das Gegenteil von *Hostile*, also etwas, das als *friedlich* oder *friedliebend* wahrgenommen wird. *Harmful* meint die Eigenschaft eines Geoparks, Schaden im sicherheitstechnischen Sinn anzurichten, z.B. Waldbrände oder Steinschläge durch unachtsame Besucher oder die Einschränkung der Befragten durch restriktive Verordnungen seitens der Staatsverwaltung. *Dangerous* als Begriff steht für das Gefühl der Gefahr, also dass ein Geopark eine gefährliche Einrichtung ist, die man z.B. nicht in seiner Nähe haben will. Zuletzt der Begriff *Security issue*. Hier spielen sicherheitstechnische Aspekte eine Rolle, so z.B. die nationale Sicherheit bei der Einrichtung eines grenzüberschreitenden Geoparks, das Gefühl, damit ein Stück Schutz oder Kontrolle durch offene Grenzen zu verlieren oder dass fremde Staatsangehörige durch offene (Geopark-)Grenzen Zugang zum eigenen Land gewähren würde, ohne dass man dies effektiv kontrollieren könnte. Auch könnten Geoparks von ausländischen Kräften für militärische Zwecke missbraucht werden.

	-2	-1	0	1	2
Ökologie					
Eco-Friendly			85%	13%	
Natural			42%	47%	10%
Ökonomie					
Improvement			32%	15%	17%
Better future			32%	42%	25%
Prosperous			42%	31%	25%
Opportunity for work				12%	87%
Income				7%	92%
Good for Tourism			3%	8%	86%
Money waste	43%	18%	17%	18%	
Wissenschaft					
Educational			55%	42%	
Scientific			27%	55%	17%
Emotion					
Preserving Traditions	5%	30%	38%	15%	8%
Useless	92%	2%	5%		
Dirty	88%	5%	5%		
Sicherheit					
Peaceful	3%		78%	17%	
Harmful	83%	5%	10%		
Dangerous	87%	2%	10%		
Security issue	23%	7%	20%	47%	
	-2	-1	0	1	2

Legende:

Strong disapproval	-2
Mild disapproval	-1
Neither approval nor disapproval	0
Mild Approval	1
Strong approval	2

Abbildung 92: Auswertungsmatrix der Antworten, der befragten Personen zu den emotionalen Fragen zum Thema Geopark. Fettgedruckte Werte geben den höchsten Einzelwert pro Begriff wieder, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

Die befragten Personen hatten im Fragebogen die Möglichkeit, verschiedene Felder in einer Matrixabfrage anzukreuzen. Dabei standen fünf verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl (*Strong disapproval* = Starke Ablehnung), (*Mild disapproval* = Schwache Ablehnung), (*Neither approval nor disapproval* = weder Zustimmung noch Ablehnung), (*Mild approval* = schwache Zustimmung), (*Strong approval* = „starke Zustimmung“). Das Gesamtergebnis der Abfrage finden man in Abbildung 92. Vorab ist zu bemerken, dass die befragten Personen generell eine eher positive emotionale Haltung zum Thema Geopark einnahmen. Dies hätte der Autor generell nicht erwartet, insbesondere vor dem Hintergrund, der Altersstruktur der Befragung. Auf die altersspezifischen Merkmale der Matrixbefragungen wird nicht im Detail eingegangen, da im überwiegenden Teil die nach Altersgruppe und Geschlecht dargestellten Ergebnisse mit der Gesamtbefragung übereinstimmen (s. Abbildungen 93-98). Widmen wir uns abschließend der Analyse der weiter oben bereits erwähnten Gesamt Ergebnisses.

Widmen wir uns abschließend der Analyse des weiter oben bereits erwähnten Ergebnisses. Die Auswertung des Bereiches *Ökologie* ergab, dass die befragten Personen das Konzept des Geoparks nicht per se als *eco-friendly* wahrnehmen; dagegen gibt es bei *natural* eine schwache Zustimmung. Dies mag sich damit erklären lassen, dass *eco-friendly* in der öffentlichen Diskussion in Georgien kein großer Platz eingeräumt wird und man mit diesem Begriff nicht unbedingt etwas positiv Konnotiertes verbindet. Insbesondere in Bezug auf das Alter werden Begriffe wie *ökologisch*, *umweltfreundlich* oder auch *klimafreundlich* von älteren Menschen eher als negativ wahrgenommen, während jüngere Personen die Begriffe, ähnlich wie in westlichen Ländern, eher positiv konnotiert wahrnehmen.

Im Bereich *Ökonomie* sind die Ergebnisse gemischt. Die befragten Personen sind sich im Mittel nicht einig ob Geoparks ein wirkliches *improvement* darstellt. Anders sieht es bei *better future* aus. Geoparks sind anscheinend mit der Hoffnung verknüpft, dass diese für einen bessere Zukunft (Aufbruch) stehen; hier überwiegt eine schwache Zustimmung. Auch das Geoparks *prosperous* sein können glauben mehr als die Hälfte der Befragten, auch wenn viele Befragte dies gleichzeitig neutral sehen. Weitgehende Einigkeit herrscht beim Thema *opportunity to work*. Hier geben über 80% der Befragten eine klare Zustimmung und glauben, dass Geoparks Erwerbsmöglichkeiten im Tourismus (PAGE u. CONNELL 2020: 364) schaffen können. Gleiches gilt für das Thema *Income*. Hier sind sich über 90% der befragten Personen sehr sicher, dass ein Geopark Einkommen generiert. Auch dass Geoparks *good for tourism* sind, sind sich mehr als 85% der Befragten sehr sicher. Das Geoparks ein *money waste* darstellen, wird von mehr als 60% schwach oder stark verneint. Rund 20% glauben, dass Geoparks das Investment nicht wert sind. Insgesamt wird das Thema *Ökonomie* eher positiv betrachtet auch wenn bei den Themen *prosperous* und *improvement* Unsicherheit herrscht. Dies liegt auch daran, dass viele Befragte die UdSSR noch erlebt haben und persönlichen Heilsversprechen durch Neuerungen (sowohl während als auch nach dem Ende der UdSSR) eher skeptisch gegenüberstehen und die Ansicht auch auf die Staatsregierung übertragen. Überraschend ist, dass Geoparks nicht als Geldverschwendung betrachtet werden, hier hätte der Autor mit einer viel größeren Diskrepanz gerechnet, da ihm insbesondere die Svanen als sparsam aufgefallen sind und größeren Investitionen eher skeptisch gegenüberstehen.

Im Bereich *Wissenschaft* möchte sich die Mehrheit beim Thema *educational* nicht festlegen, auch wenn ein Trend zu schwacher Zustimmung zu verzeichnen ist. In diesem Zusammenhang ist vermutlich der inhaltliche Ansatz von Geoparks zu abstrakt um eine konkrete Zustimmung zu generieren. Dass die Befragten das Thema Geoparks eher als ein

wissenschaftliches wahrnehmen, liegt sicher auch daran, dass die Befragung vor einem wissenschaftlichen Hintergrund durchgeführt wurde. Hier ist die logische Annahme (vor allem durch Nichtakademiker), dass Wissenschaftler nur mit wissenschaftlicher Grundlage arbeiten.

Im Bereich *Emotion* finden sich durchaus gemischte Angaben. Über 60% der Befragten sind sich sicher, dass Geoparks nicht imstande sind, lokale Bräuche und Traditionen zu Bewahren. Dies ist wohl auf eine generelle vorhandene Skepsis gegenüber neuen Konzepten zurückzuführen, die der Autor aus Gesprächen aufnehmen konnte. Das bedeutet nicht, dass die befragten Personen nicht prospektiv denken, sondern sich mehr um den Erhalt ihres kulturellen Erbes sorgen, welches in heutigen Tagen eine berechtigte Sorge darstellt. Generell ist man sich aber einig das das Konzept eines Geoparks weder *useless* noch *dirty* ist, und man gibt diesem Gefühl einen deutlichen Ausdruck, den über 90% der Befragten mittragen. Dies zeigt, dass die Svanen keineswegs verschlossen gegenüber Neuerungen sind.

Im Bereich *Sicherheit* gibt es weitere Ergebnisse. Die Mehrheit der Befragten ist sich nicht sicher, ob Geoparks ein passables Friedensinstrument darstellen. Dies kommt vielleicht daher, weil Frieden gerade in Svaneti ein hohes Gut ist, das von außerhalb der Grenzen durch fremde Mächte bedroht wird. Dagegen empfinden die Befragten Geoparks mit über 80% weder als besonders *harmful* noch als *dangerous*, einzig als *security issue* werden Geoparks anteilig wahrgenommen. Diese Einschätzung erfolgt vor allem auf der Grundlage grenzüberschreitender Geoparks, die Ängste vor fremden Mächten schüren, die insbesondere in Svanetien unmittelbar zu spüren sind – in Nachbarschaft zum besetzten Abchasien, an der der Grenze zur Russischen Föderation.

Abschließend lässt sich sagen, dass die emotionale Befragung ihren Zweck erfüllt hat und ein zwar nicht immer einheitliches, aber doch gutes emotionales Stimmungsbild der befragten Personen dargestellt. Auf dieser Grundlage lässt sich erkennen, dass die Leute in Svaneti nicht abgeneigt gegenüber dem Konzept Geopark sind und durchaus auch persönliche Chancen, vor allem ökonomischer Natur wahrnehmen. Eine überschwänglich positive bzw. negative Haltung lässt sich nicht erkennen. Allerdings kann durch mehr und bessere Aufklärung die Zustimmungsrates noch erhöht werden. Wichtig ist die Einbindung der Bevölkerung in die Projektierung eines möglichen Geoparks in Svaneti, um von vorneherein Missverständnissen vorzubeugen.

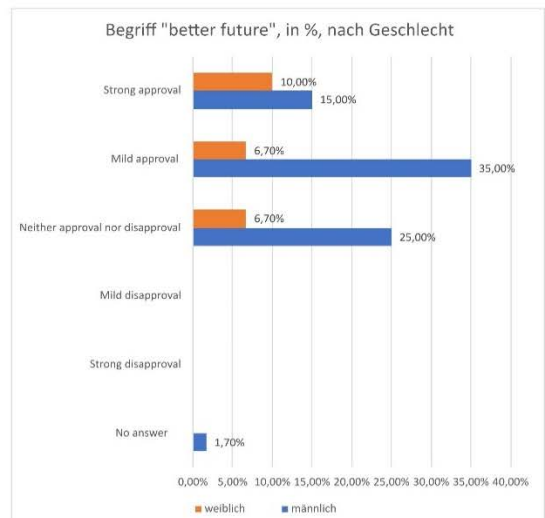
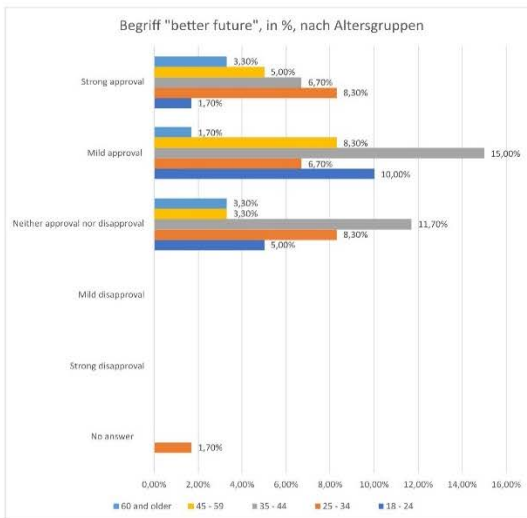
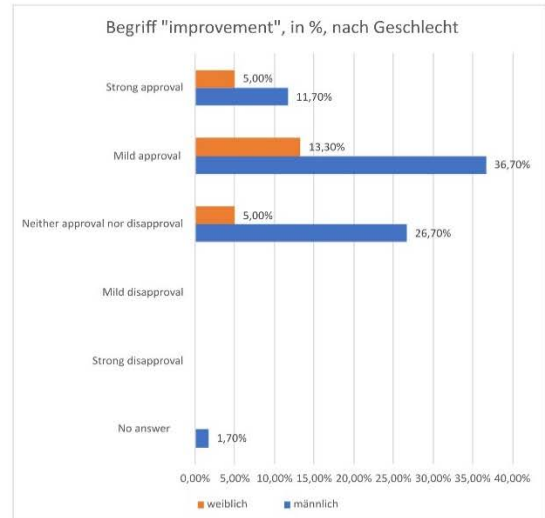
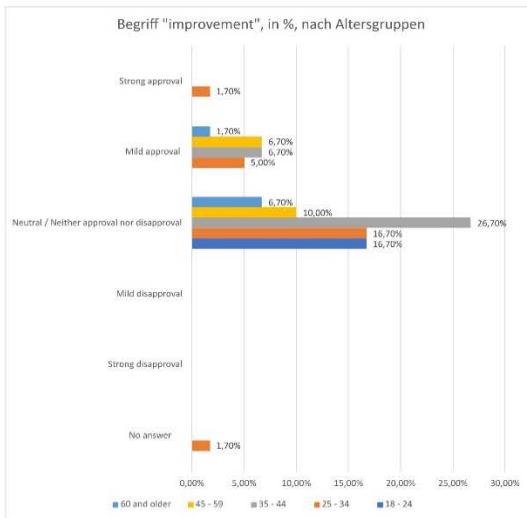
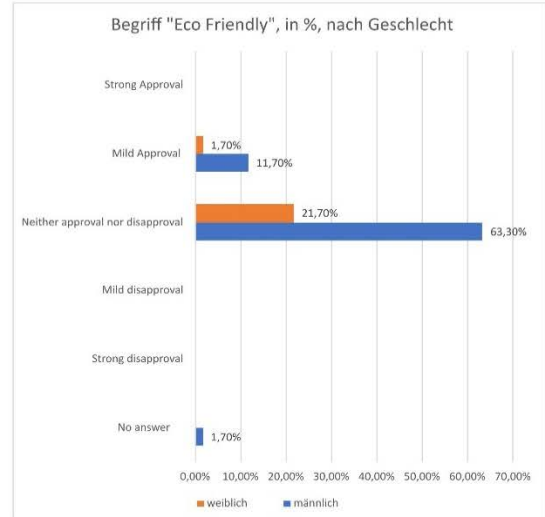
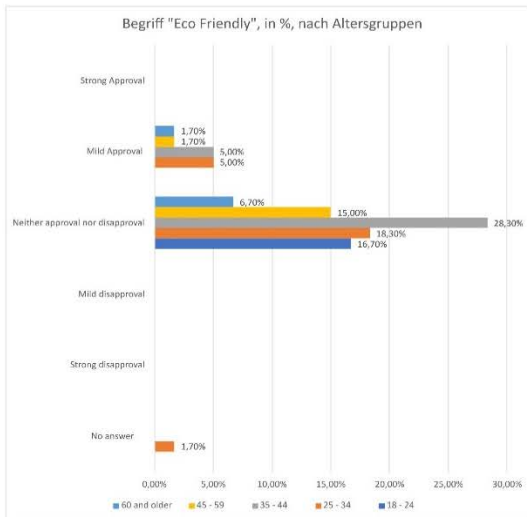


Abbildung 93: 1. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

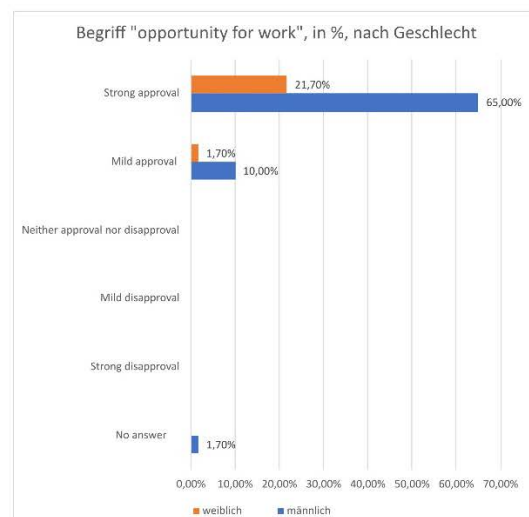
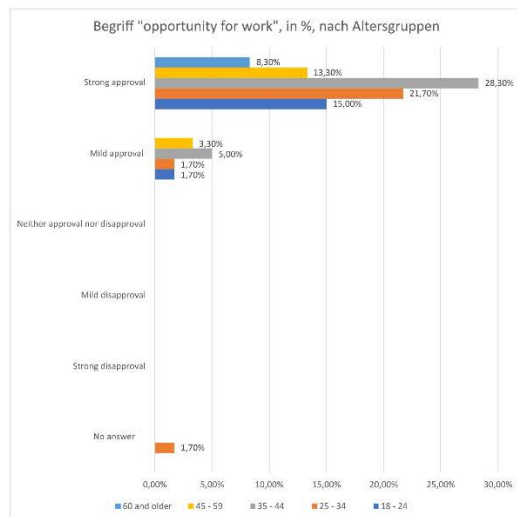
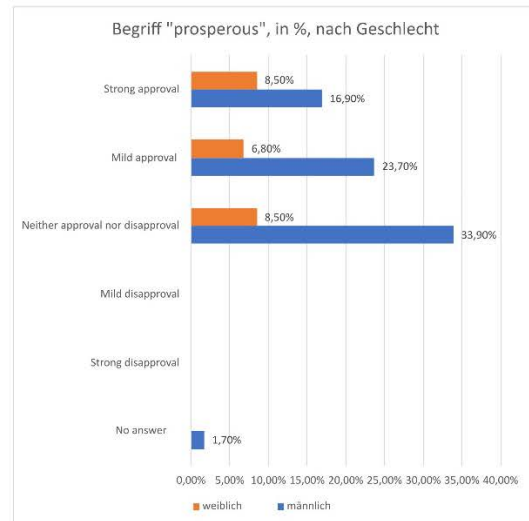
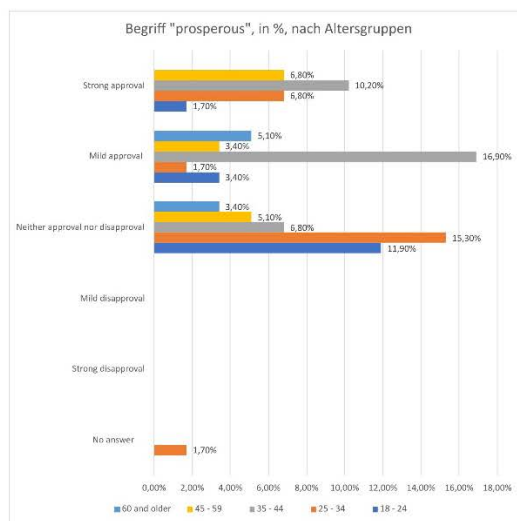
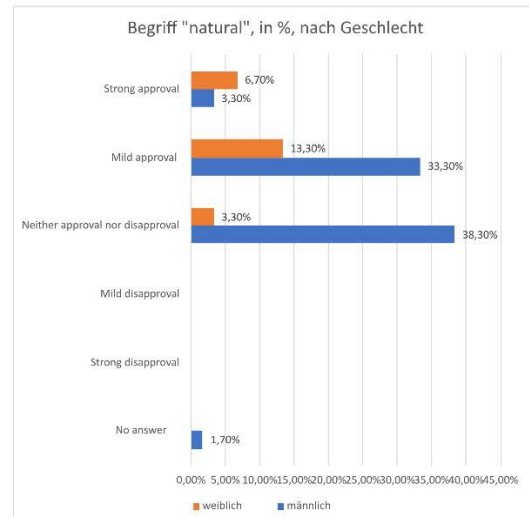
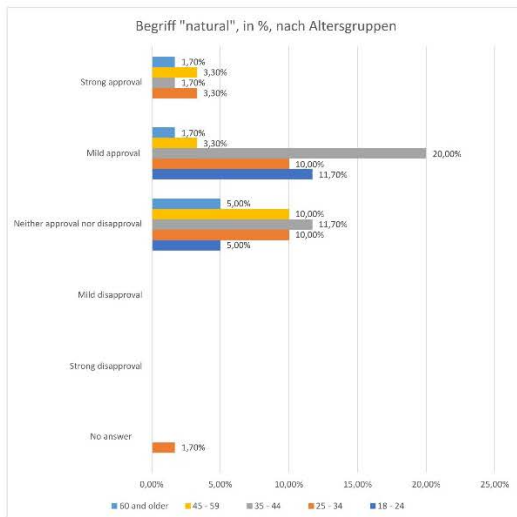


Abbildung 94: 2. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

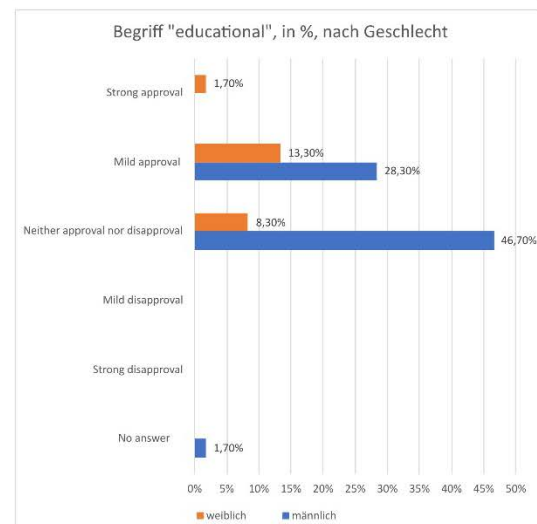
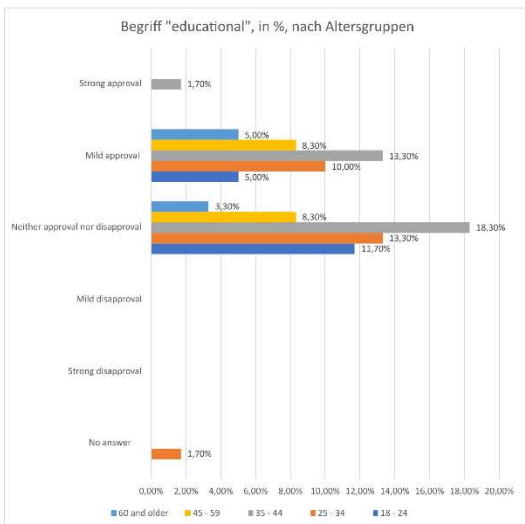
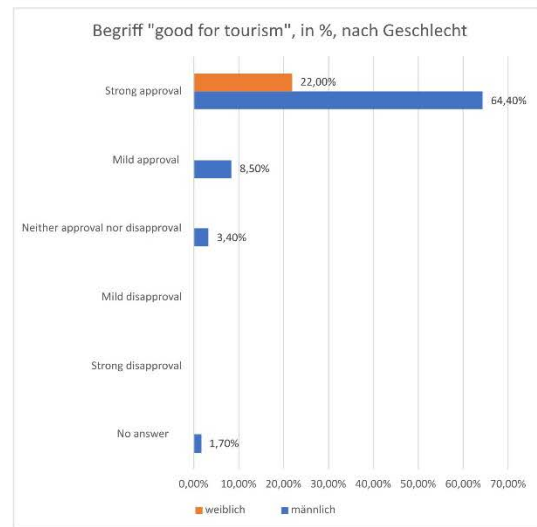
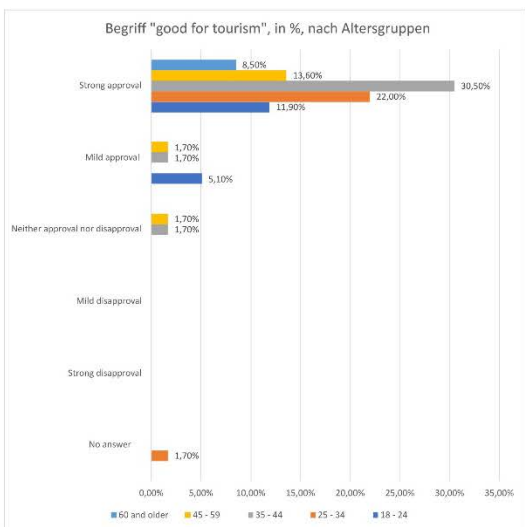
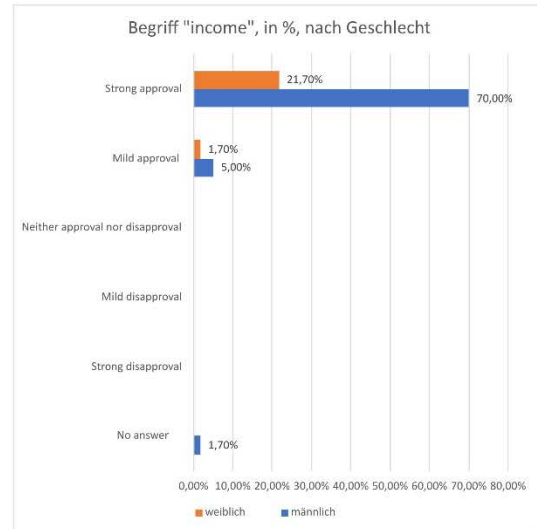
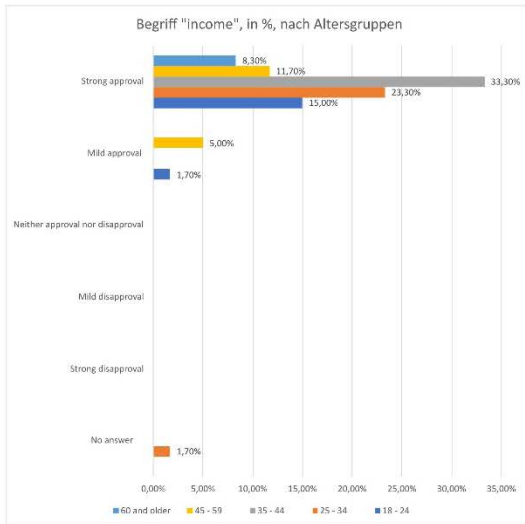


Abbildung 95: 3. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

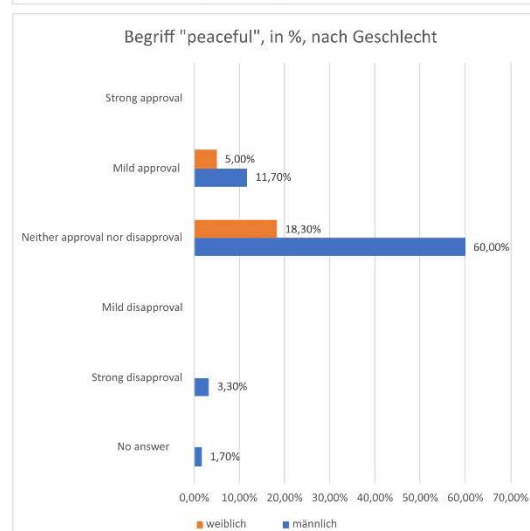
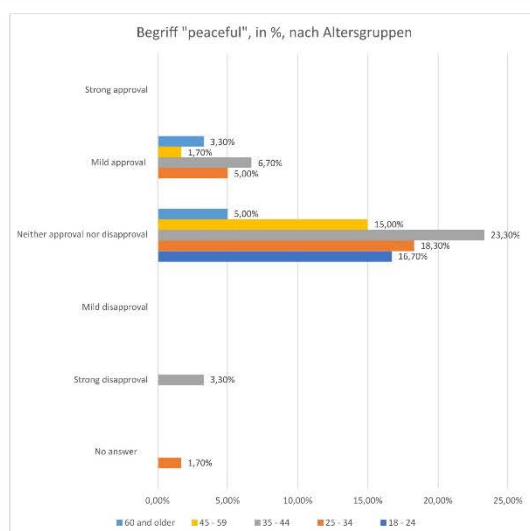
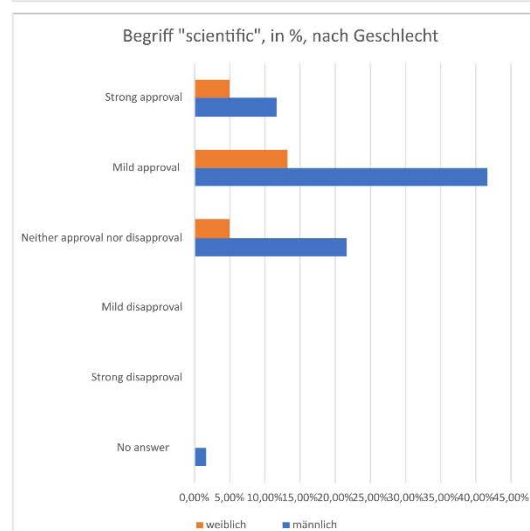
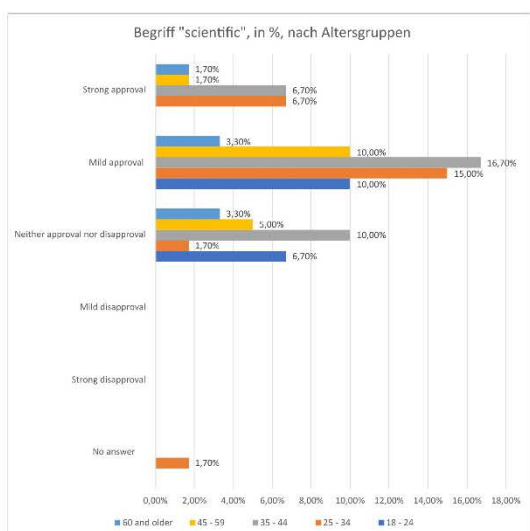
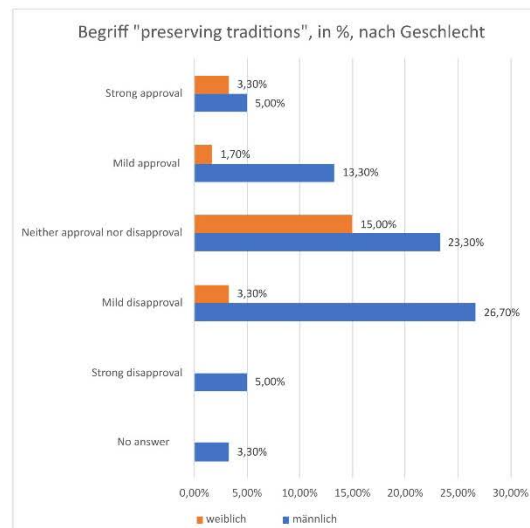
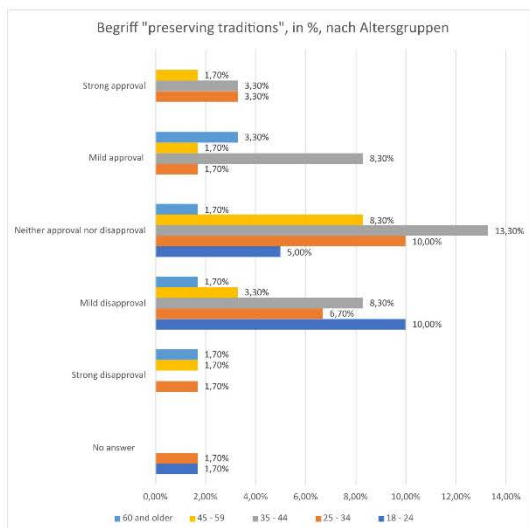


Abbildung 96: 4. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

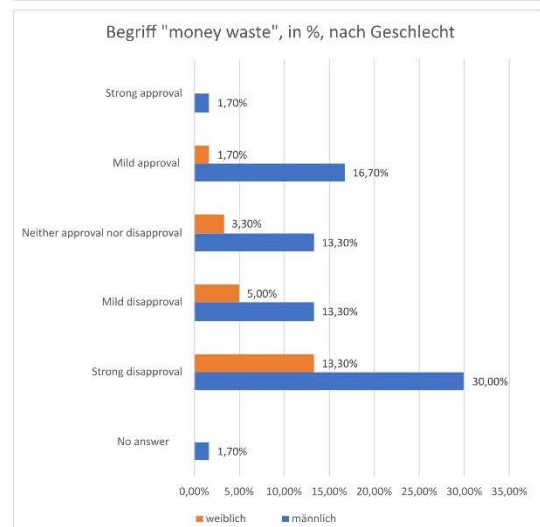
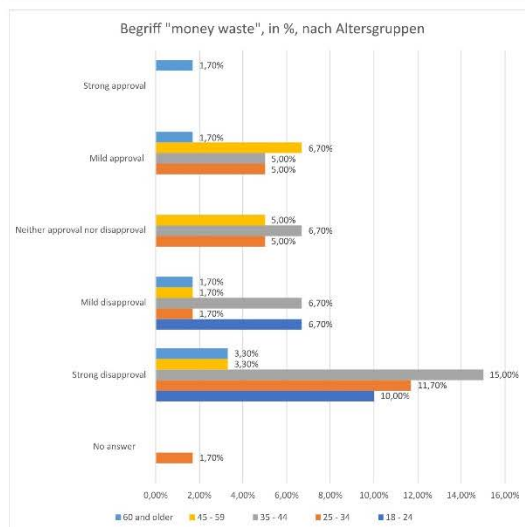
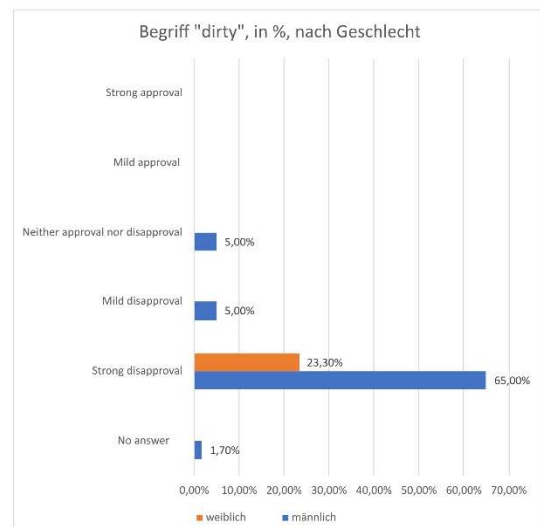
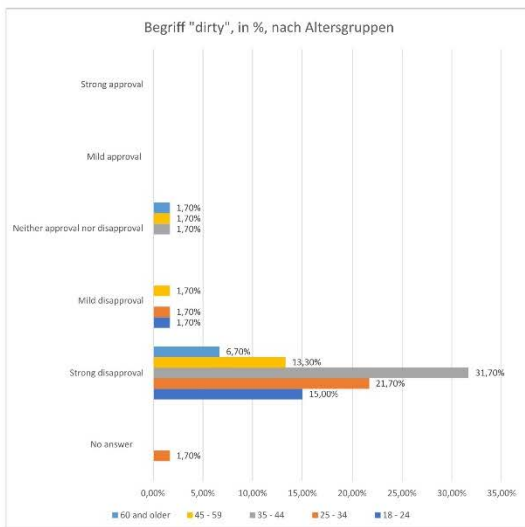
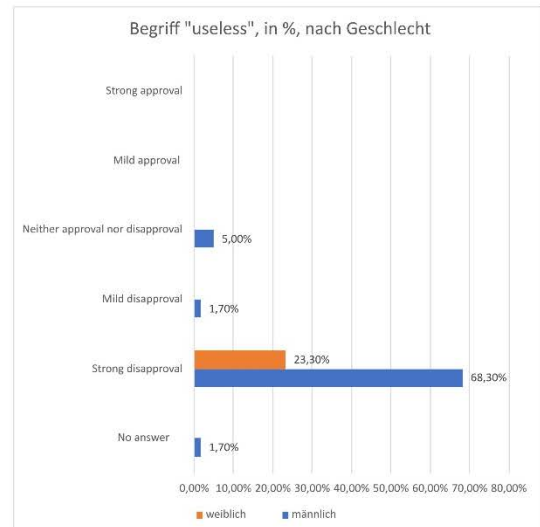
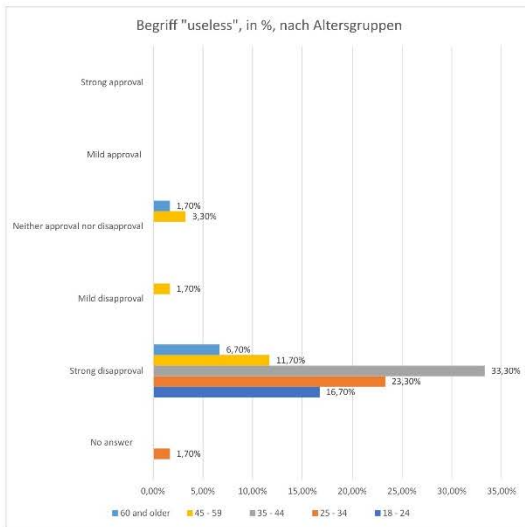


Abbildung 97: 5. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

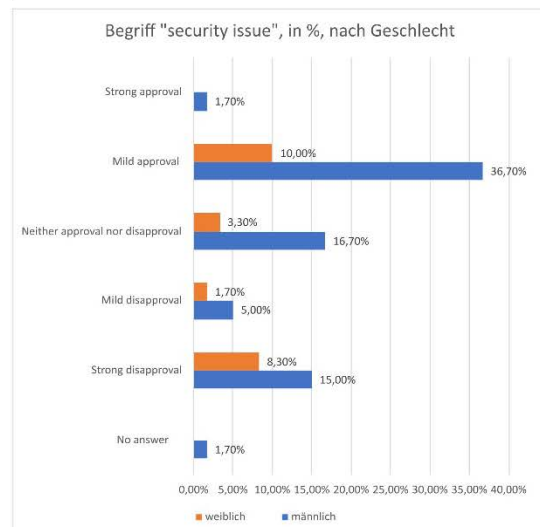
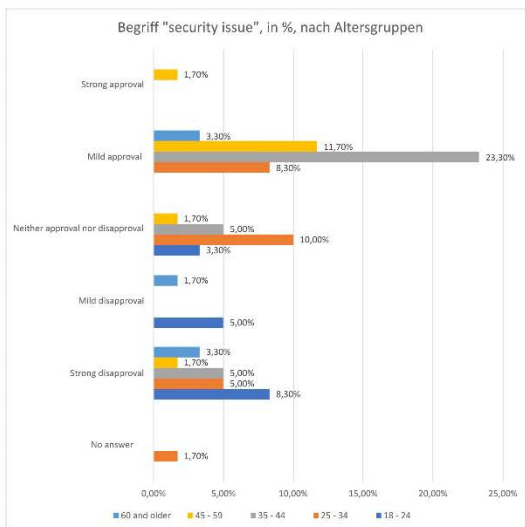
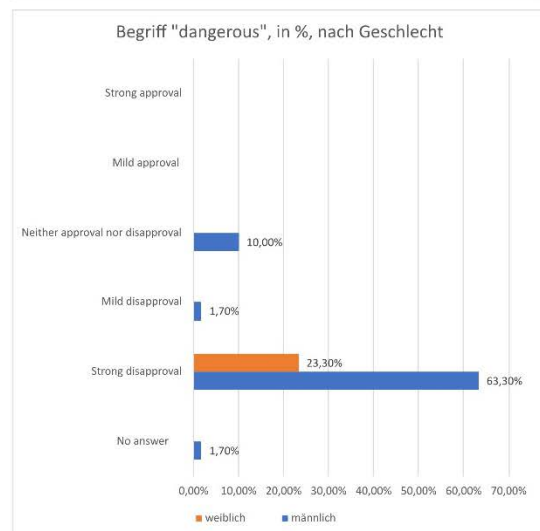
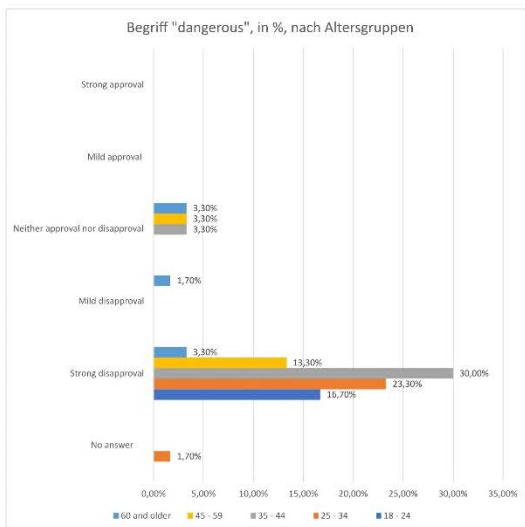
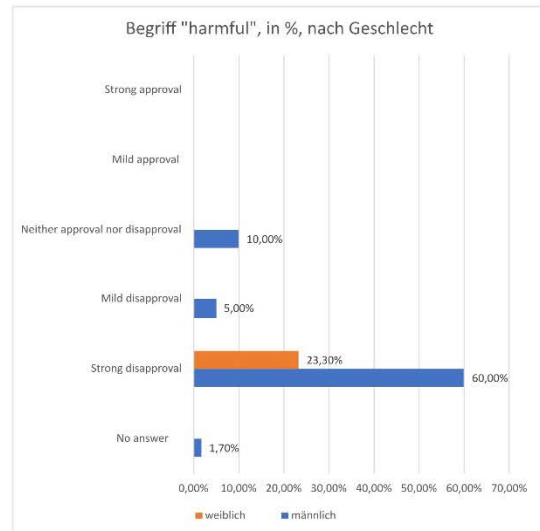
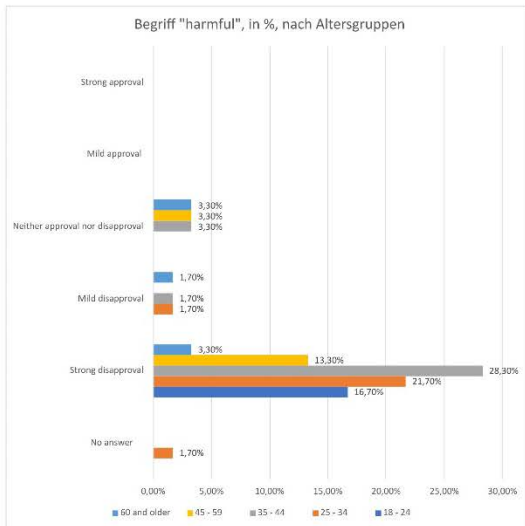


Abbildung 98: 6. Teil der Auswertungsmatrix zu den persönlichen Gefühlen hinsichtlich des Konzeptes Geopark, Teilergebnis entnommen aus der durchgeführten Befragung aus Kapitel 5, n=60 (Quelle: Eigene Darstellung)

6. Fazit

Zu Beginn der Untersuchungen war noch nicht absehbar, als welcher Glücksfall für die Feldforschungen sich die im Rahmen der COVID-19 Pandemie ergebenden Einschränkungen herausstellen würden. Dadurch, dass der Tourismussektor in Georgien während der Coronazeit fast vollständig zum Erliegen kam, ergab sich eine einzigartige Feldforschungssituation, vergleichbar allenfalls einer Laborversuchsreihe. Zu erwarten wäre gewesen, dass Ergebnisse im üblichen Sinn von Overtourismus-Untersuchungen das Ergebnis gebildet hätten. Wobei die ebenso stark vereinfachte wie vorhersehbare Formel „je mehr Touristen desto schlechter die Adaptions- und Lenkungsmöglichkeiten“, das Hauptergebnis gebildet hätten. Aussagen zur Fragilität der schnellgewachsenen, teilweise überhastet installierten Tourismusinfrastrukturen hätten nur in konjunktiven Vermutungen formuliert werden können. Die Pandemie bedingte jedoch in gewissem Sinn ein Zurücksetzen auf null und offenbarte dadurch in der Langzeitbeobachtung die vielfältigen tatsächlichen Schwächen ebenso wie die nachhaltig stabilen Stärken. Eine Untersuchung,

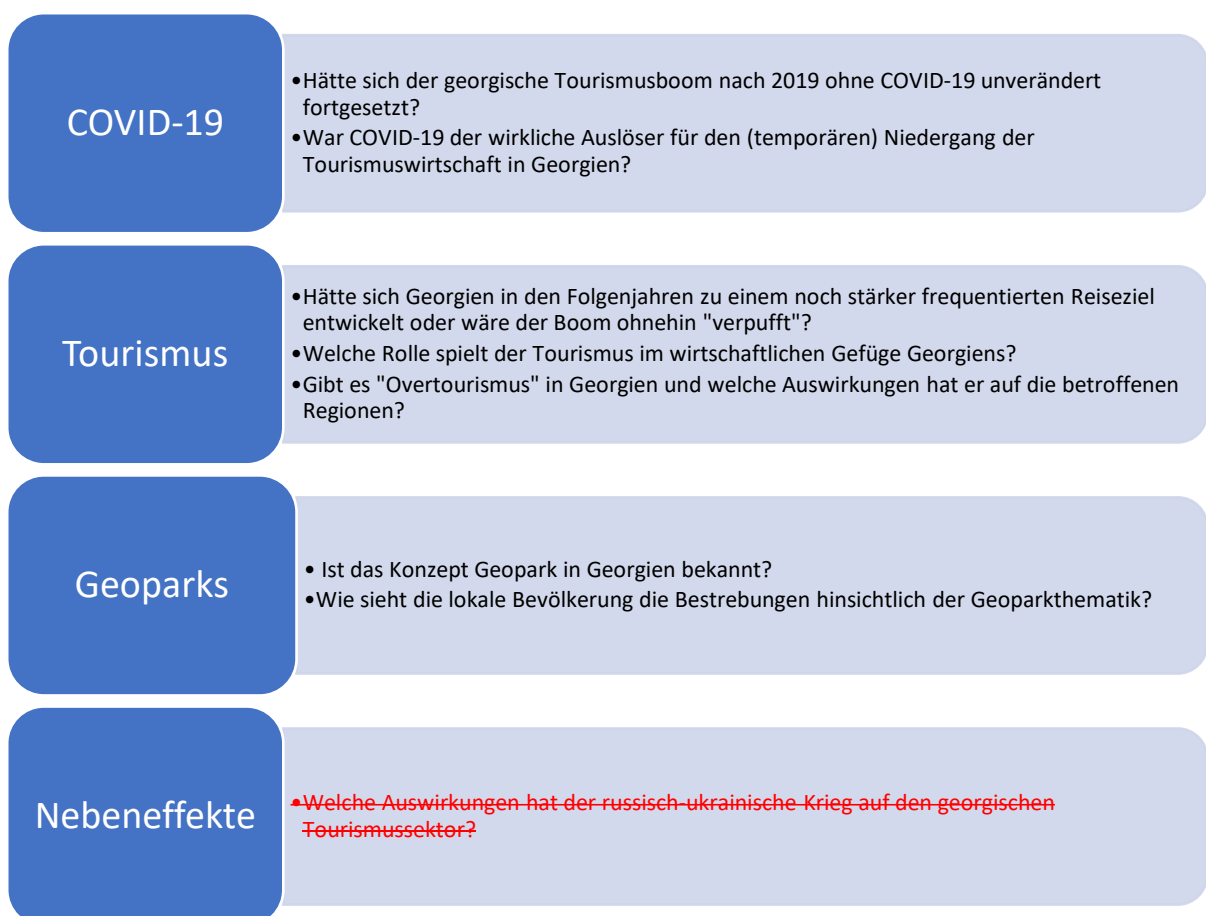


Abbildung 99: Fragecluster mit Kernfragen der Arbeit, modifiziert nach Ergebnis (Quelle: Eigene Darstellung)

in die gleichermaßen einer Vorpandemiesituation, eine Pandemiesituation und eine Nachpandemiesituation direkt miteinander vergleichen kann, ist ebenso selten wie in der Gelegenheit einzigartig. Bemüht man sich nun der anfangs gezeigten Grafik welche den Fragencluster mit den Kernfragen der Arbeit darstellte (vgl. modifizierte Version Abbildung 99), so kann man sich an den Ausgangsfragen orientieren und diese ins Fazit miteinbeziehen.

Fangen wir beim Themenkomplex COVID-19 an. Eine der Fragen aus diesem Bereich lautete „Hätte sich der georgische Tourismusboom nach 2019 ohne COVID-19 unverändert fortgesetzt?“. Nach allem, was in dieser Arbeit erarbeitet wurde und vor allem hinsichtlich der aktuell (2024) vorliegenden Datenlage, muss diese Frage ganz klar bejaht werden. Ohne die COVID-19-Pandemie wäre der touristische Aufschwung Georgiens in jedem Fall steiler verlaufen. Ungeachtet anderer Ereignisse wie z.B. dem Russisch-Ukrainischen Krieg, der sich seit spätestens 2022 in einen unberechenbaren offenen Krieg gewandelt hat, ist sich der Autor sicher, dass dies dem georgischen Tourismus nur minimal geschadet hätte, auch wenn sich die Flüchtlingssituation ähnlich entwickelt hätte, wie dies heute vorzufinden ist (CIVIL.GE 2023; THE PRESIDENT OF GEORGIA 2023).

Die bringt uns zur zweiten Frage „War COVID-19 der wirkliche Auslöser für den (temporären) Niedergang der Tourismuswirtschaft in Georgien?“ Auch diese Frage kann mit *ja* beantwortet werden. Ein großes Problem besteht darin, dass ein vergleichbares Ereignis in der jüngeren Geschichte Georgiens noch nicht aufgetreten ist und man somit über keinerlei Vergleichsfall verfügt. Dennoch kann man aufgrund der gut dokumentierten Datenlage davon ausgehen, dass die COVID-19-Pandemie und die daraus folgenden Restriktionen bzw. Schutzmaßnahmen den Tourismus nahezu zum Erliegen gebracht haben. Durch eine Verkettung von Umständen ist somit die Pandemie als Ursache für den Einbruch des Tourismus in Georgien verantwortlich zu machen. Das Problem besteht hierbei darin, dass man nicht weiß ob bei Fortsetzen des Tourismusbooms nach 2019 eine *Überdehnung* des Sektors (z.B. in Richtung *Overtourism*) stattgefunden hätte. Es bestehen bestimmte Wahrscheinlichkeiten, dass Georgien auch ohne die Pandemie zwingend an die Wachstumsgrenzen, insbesondere durch zu schnelles Wachstum, gelangt wäre. Nachweisen lassen sich alle diese Szenarien aber nicht bzw. nicht in einem Rahmen der präzise Ergebnisse liefert.

Der nächste Themenkomplex (Tourismus) startete mit der Frage " Hätte sich Georgien in den Folgejahren zu einem noch stärker frequentierten Reiseziel entwickelt oder wäre der

Boom ohnehin *verpufft*?“. Die Antwort auf diese Frage wurde im Grunde bereits geliefert, auch hier kann man mit *ja* antworten. Der Boom hätte sich nach der vorliegenden Datenlage in der Tat fortgesetzt, ein Abflauen der Besucherzahlen ist statistisch nicht begründbar, das einzige Szenario, das sich der Autor wirklich hätte vorstellen können, wäre die Überdehnung des Tourismussektors gewesen. So wäre der Sektor an seine Kapazitätsgrenzen gestoßen und im Zuge eines Rebound-Effektes hätte sich der *Boom* automatisch aufgelöst.

Die nächste Frage im Komplex „Welche Rolle spielt der Tourismus im wirtschaftlichen Gefüge Georgiens?“ kann ebenfalls eindeutig beantwortet werden. Der Tourismus spielte (und spielt), wie die Datenlage zeigt, eine immense Rolle im georgischen Wirtschaftsgefüge. Dabei ist es nicht der Tourismus allein, sondern die Folgeeffekte, die das ganze Dienstleistungsgewerbe, das sich um den Tourismussektor gebildet hat, bedient.

Dies hat nicht nur positive Seiten. So werden traditionelle Lebensweisen, vor allem in den Hochgebirgsregionen, vernachlässigt (z.B. traditionelle Weidewirtschaft (HÜTTEROTH 1959: 38-42; HÜTTEROTH, HÖHFELD 2002: 138-146; LAURIG 2019) aber in der Gesamtheit wird dies im Vergleich zum auch persönlichen wirtschaftlichen Aufschwung billigend in Kauf genommen. Es bleibt zu hoffen, dass daraus keine ernsthaften Folgeprobleme für die ländlichen Räume Georgiens entstehen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass der Sektor immer noch wächst und sich die Situation in Zukunft zuspitzen könnte.

Die letzte Frage aus dem Tourismus-Komplex „Gibt es *Overtourismus* in Georgien und welche Auswirkungen hat er auf die betroffenen Regionen?“ wurde in dieser Arbeit erschöpfend in einem eigenen Thema behandelt. Da es nicht sinnvoll ist, dass dort bereits gefasste Fazit erneut in allen Details aufzugreifen, kann ich die Frage hiermit mit „nein“ beantworten. Es gibt es zum derzeitigen Stand keinen *Overtourism* in Georgien. Wohl gibt es eine lokale Häufung von Besuchern mit den verschiedensten Motiven, vor allem im Hauptstadtbereich Tbilisi, dies ist aber nach Einschätzung des Autors bisher nicht als „*Overtourism*“ in seiner eigentlichen Ausprägung zu bezeichnen. Hier hat die COVID-19-Pandemie regulierend eingegriffen. Trotz aller Schwierigkeiten, welche die Pandemie dem Tourismus in Georgien gebracht hat, ist es eine positive Tendenz, dass der weiteren Entwicklung eines zu hohen Tourismusaufkommens, zunächst Einhalt geboten wurde. Andere (insbesondere die georgische Tourismuswirtschaft) mögen dort widersprechen, aber dieser *Break* führt zunächst zu einer weniger steil ansteigenden Entwicklung des

Tourismus, was vor allem auch die naturräumlichen Bedingungen in Georgien zu entlasten vermag.

Im letzten Themenkomplex (Geoparks), war die erste Frage „Ist das Konzept Geopark in Georgien bekannt?“, diese Frage kann mit *ja* beantwortet werden, gilt jedoch mit einem Einwand. Viele Akteure haben nur wenig konkrete Vorstellung vom Thema Geoparks. Vom *geologischen Spielplatz* (GAMKRELIDZE ET AL. 2021: 57) bis hin zu erweiterten Nationalparks sind viele Modelle und noch mehr mögliche Standorte im Gespräch. Der Bekanntheitsgrad der Geoparks wird in Zukunft sicher noch weiter zunehmen und es ist zu hoffen, dass bald das erste tragfähige Konzept umgesetzt wird.

Die zweite Frage aus dem diesem Komplex lautete: „Wie sieht die lokale Bevölkerung die Bestrebungen hinsichtlich der Geoparkthematik?“ Aus den hierzu durchgeführten Untersuchungen kristallisierte sich eine wohlwollende Meinung der Bevölkerung (zumindest im Hauptuntersuchungsgebiet Svaneti) heraus. Die Befragten waren



Abbildung 100: Blick von Mestia in Richtung Osten – Der erste Geopark auf georgischem Boden? (Quelle: Eigenes Foto)

aufgeschlossen gegenüber der Einrichtung eines Geoparks, nicht zuletzt deshalb, weil Svaneti (s. Abbildung 95) über herausragendes Potenzial verfügt. Aus eigener Erfahrung kann der Autor berichten, dass viele, die zum ersten Mal in Kontakt mit dem Thema gelangen, zunächst eher ablehnend reagieren, da oft Geoparks und Naturschutzgebiete (protected areas) gleichgesetzt werden. Erklärt man das Konzept allerdings näher, trifft man häufig auf offenere Ohren.

Generell ist die Aussicht auf eine Beschäftigung im touristischen Sektor sehr verlockend und in einer strukturschwachen Region, die vom Tourismus abhängig ist, auch nicht weiter verwunderlich. Aber auch die Tatsache, dass ein Geopark zum Erhalt des eigenen kulturellen Erbes beitragen kann, ist sicher ein Gedanke, der nicht zu einer Ablehnung führen wird. Insgesamt wurde aber betont, dass im Falle einer Einrichtung eines Geoparks unbedingt darauf zu achten sei, dass dieser das Label UNESCO Global Geopark trage und nicht durch ein nationales System verwaltet werde.

Abschließend noch ein Wort zu den möglichen Nebeneffekten. Hier stellte sich die Frage, welche Auswirkungen der russisch-ukrainische Krieg auf den georgischen Tourismussektor hat. Es wurde im Verlauf der Untersuchung sehr schnell klar, dass man keine zufriedenstellende Antwort auf diese Frage erwirken konnte. Die Blockadehaltung der georgischen Behörden behinderte den Informationsfluss; belastbare statistische Daten zu erhalten gestaltete sich ungemein schwierig, da auch in den Verwaltungen offenbar ungerne über das Thema gesprochen wird. Aber auch das gehört zur Arbeit eines Wissenschaftlers, zu erkennen, wenn die gewünschte Fragestellung nicht beantwortet werden. Insofern kann dieser Punkt als gescheitert angesehen werden.

Abschließend sei festgehalten, dass die Fülle an Daten, die gewonnen wurde, ein gutes Bild der Situation nach einer zwei Jahre andauernden Pandemie zeichnet – in einer Region, die auch ohne Pandemie als strukturschwach zu kennzeichnen wäre. Daher ist die Bilanz, dass die COVID-19-Pandemie der georgischen Tourismuswirtschaft einen empfindlichen Schaden zugefügt hat, wohl die größte Erkenntnis aus der vorliegenden Arbeit.

Es bleibt zu hoffen, dass die befragten Personen und auch alle anderen vom Tourismus abhängigen Georgier durch die Pandemie keine langfristigen Schäden (vor allem in wirtschaftlicher Hinsicht) davonzutragen haben und dass die georgische Regierung alles in ihrer Macht Stehende tut, den Menschen in dieser Notlage, die auch im Jahre 2024 noch nicht überwunden ist, beizustehen. Die Folgen dieses massiven Einschnittes in die georgische Tourismuswirtschaft, aber auch in die Gesellschaft lassen sich nur langsam

lindern. Einziger Lichtblick ist, dass der Fall des auftretenden Overtourism für den Moment keine große Rolle mehr spielt. Die Gefahr ist allerdings noch nicht gebannt, denn auch in Zukunft werden Touristen Georgien bereisen, und wie die datenbasierten Entwicklungen zeigen, ist das kleine Land im Südkaukasus immer noch mehr als eine Reise wert.

7. Anhang

7.1. Interview Mestia

<u>Topic</u>	<u>Interviewer question</u>	<u>Answer (interpreter)</u>
General Questions		
	How long is the mayors term?	He is voted for 4 years.
	Are we allowed to do our own statistic research in the municipality? In this case we talk about survey taken by local inhabitants?	Yes of course. That would be great. There is no problem doing this.
Statistical / Tourism related Questions		
	Does the municipality of Mestia monitor the income that tourists generate (e.g. by revenue service, tax statistics or any other statistical monitoring?)	We don't measure the tourist flow. Because we don't take taxes we don't know. If the municipality needs to know the amount of tourists we just check the hotels and the amount of bookings. So we know how many tourists are in there.
	What's the composition of the local population at the moment in terms of nationality?	The majority is of Georgian citizenship, although a minority of other nationalities live here. The second largest group are Russians.

	<p>According to the current crisis in Ukraine are there more people from Ukraine or Russia here in the municipality, more than usual?</p>	<p>The major amount of Georgians that lived in the municipality and moved to Russia came back since the starting of the conflict. This season there have also been far less Ukrainian tourists than usual. The majority of Ukrainian refugees are in Batumi and Tbilisi. The amount of Russian people increased in short term, while they would not take permanent residency and go on to other western countries.</p>
	<p>How did the COVID-19 pandemic affect the municipality?</p>	<p>The impact was huge. We did receive financial help from the central government but it overall was insufficient. A lot of people took credit for investing in tourism projects and then went into debt because they could not pay for their interests. The amount of visitors was on an all-time low for at least a decade. Even the regular flights to Mestia airport were reduced since nobody came to visit. A lot of taxi drivers were out of work. The economy overall was down. Also restaurants, bars and cafes and all peripheral businesses that are directly or indirectly affected by tourism had to suffer. Some didn't make it and had to give up. We are glad that the pandemic is over and tourists come back to our region.</p>

	<p>Now that the pandemic is officially over, how has the behaviour of tourists changed? Are there differences?</p>	<p>Before the pandemic the tourism was at boom, we yet did not reach this level again. In the hot summer of 2019 tourists were partly sleeping on the street because they could not get any accommodation. The central government set up new programs for foreigners to come and work from Georgia remote but the effect on our Municipality was low. With the tourists coming again, the overnight stays increase again and also the people make more money again. It will take time to reach a pre-pandemic level.</p>
<p>Infrastructure Questions</p>		
	<p>About major infrastructure projects. The new road between Mestia and Ushguli is it finished while it was started in 2017?</p>	<p>Like 75% percent are done the rest is still in progress. We have electronic tender (Elektronische Vergabe). The company that started construction went off business / ceased to exist . (Mamison Ltd.)</p>
	<p>Do you think the road will pay off once it is ready?</p>	<p>This major link between Mestia and Ushguli is not only good for local population but also for tourism. So people can reach Ushguli much easier and in shorter time.</p>

	When you think about 2019 would you say that the amount of construction activity has increased compared to 2022 (More touristic infrastructure etc.)	Yes, there is an increase of building activities since 2019 yet during the pandemic building activities didn't stop. A lot of hotels were started building in 2019. Also in the last winter season (2021) from Mestia to Hatsqali. Massive increase in Tourism. It works all season
	Imaging the following situation: I am an entrepreneur want to build a hotel in Mestia. I want to do it officially. I bought a plot of land then I want to build a hotel . Is the permit easy to get or takes it a long time?	There are certain areas where it is prohibited to build any sort of construction. That makes it impossible to build there. You need to apply for a permit at the mayor's office, afterwards the commission (municipal) does counsel whether to grant the permit or not. This process takes a month.
	Are there zoning plans in the municipality?	Only in Mestia and Molchi region.
	What kind of entrepreneurs are building new accommodation facilities in the municipality?	For Hotels it's mostly private entrepreneurs. Some are linked to larger companies. For smaller accommodation places there a mostly ordinary people, that do it in their private homes for additional income.
Geopark Questions		

	Are you aware about the concept of Geoparks / UGGs?	No, please explain (- Explanation given -)
	What do you think about this concept? Would you favour an implementation of a Geopark/UGG in Mestia and/or Upper Svanetia?	There is big interest in projects like this here in Mestia . We have also the museum under the sky and we are interested in and also are people working on similar concepts.
	From conceptualisation to the final Geopark, a lot of steps have to be performed. The process may take years to decades. Would you mind being involved in such a long-term project?	No, the region is changing since decades and only by change we will develop the region and make life situation better for the people living here.

Tabelle 8: Aufbereitete Antworten aus dem Interview mit dem Bürgermeister von Mestia (Quelle: Eigene Erhebung)

7.2. Ero-episches Gespräch Freilichtmuseum Tbilisi

Gesprächszeit: ca. 15 Minuten	
Fragen (Sascha Valentin)	Antworten (Mr. G.A.)
Hello Mr. A. how nice that we met here today.	Good day
As you might remember we met before but now, we finally have time for a chat	Yes, I remember, we are all quite busy here (laughs)
So, since I'm here in the Georgian heritage Museum in Tbilisi it's a lucky coincidence to meet you	Yes, I'm always somewhere around while we are open. What are you doing here in the Museum? Have you been here before?
Yes indeed, I visited the museum already in 2018 but I had only little time. This time I've been here for longer and was doing a video documentary about the Museum and Tbilisi.	That's an interesting thing you are doing. What are you doing this documentary for? TV?
(Laughs) Oh no, it's not that professional. I'm doing it for my social media and for my parents which never have been to Georgia unfortunately. So, I'll try bringing some of it back home to them.	I see, it's nice that you bring some of Georgia's culture abroad and share it with other people. They should come here and see what the country got.
This is actually also a reason why I'm here. I'm trying to do my PhD thesis about Georgia.	Oh, that's something. What is your thesis about? Which topic or subject do you write about?

<p>I'm writing in the field of Geography and I try to write about Tourism or Overtourism in Georgia, but especially in Svaneti region.</p>	<p>That a good topic. Very interesting. Svaneti you say. Have you been there in Svaneti? Beautiful landscapes.</p>
<p>Yes, I Have been there a couple of times in Mestia. I've also been to Ushguli, hiking the track in between.</p>	<p>Very well, that's good. Nice to go walking in the mountains. Its quite healthy-</p>
<p>May I ask you a few questions about tourism in Georgia?</p>	<p>Yes of course. What do you want to know?</p>
<p>First, I want to know what you think about tourism in general. So how was it during and after the COVID-19 pandemic? Do you have a feeling that Georgia had more tourists coming to Georgia before than after the pandemic?</p>	<p>I'm not an expert with statistics but the pandemic was a very hard time for Georgia. People were unsatisfied not only because of the Virus, the sickness but also because of the restrictions. You were not allowed to leave your house basically and people were something you might call "locked up". It was of course hard in the city, in Tbilisi. It was not that hard on the countryside. But yes, for everyone who had to do with tourism it was a mess. Only the real big ones can survive a situation like that and also, they were harmed. You must imagine that a country that serves millions of tourists a year was locked down so that basically no people from outside, no international guests could come visit us. Even the Georgians living abroad had a hard time coming home. The streets here in Tbilisi were close to empty, you can't imagine this. Also, the countryside was basically empty. This cost millions of dollars still. People don't know how to pay their bills and they had no income. Especially when they were working in tourism. The museum here was closed. Luckily, it's a state museum so we could compensate and are not necessarily depending on entrance fees. But the time was hard as well, maintenance costs also a lot of money.</p>

<p>So, it was a real hard deal for Georgia during the pandemic?</p>	<p>Oh yes of course. We discussed with colleagues what happens to Georgia if this pandemic will ever be over. If there would be something left of the tourism, we had in 2019. It was developing good but the pandemic stopped it all. Absolutely catastrophic events. Then we had problems with vaccinations. A lot of people were against vaccines in the first moment and it took a time before it all began to work.</p>
<p>We had the same issues in Germany just on another level.</p>	<p>Really? I can't believe for Germany being a very big and well organised country.</p>
<p>(Smiles) Yes it was let's say, challenging</p>	<p>Would not have thought that in the first place.</p>
<p>So, what do you think now after the pandemic is finally over? Did it over all harm the tourism and, what is much more important, will it recover again?</p>	<p>I think personally it did a great harm not only to tourism, which was cut off just like from nowhere. But I harmed our economy itself. The prices were rising and still are rising. Fuel is very expensive for example but also medical costs you need to cover have risen. Overall, I would say, the harm has been done but we are still here. So, we hope that it is going up again. This year there are again a lot of people, tourists in Tbilisi what I have seen so far. So, I think tourism is starting over. I don't know numbers but I know from friends outside Tbilisi, that tourists are coming back again, this gives hope.</p>
<p>What about so called "Overtourism"? Meaning more tourists than a region or place can bear. No signs of that in Georgia?</p>	<p>No not at the moment. In 2019 I might have agreed but for now we are far from "too much" tourists in the country. We are waiting for that. The government had this program where foreigners could work from Georgia remotely during the pandemic. I don't know but I think I didn't work out that well. So, we still relying on normal tourists from everywhere.</p>

<p>I got another question. Would you say, that the war that is going on between Ukraine and Russia is harming the tourism in Georgia?</p>	<p>This situation is insane. There are a lot of Ukrainians coming to Georgia as refugees. I understand the people, we are a small country that is also threatened by Russia. The question is how long they might stay here? Also, there are coming a lot of Russians here legally. Some call them refugees but others think they only want to avoid going to war for Russia. They do it in other countries too. I don't know, it is for sure not a good thing for international tourism but that's all I can tell. As I said I'm not a statistics person (laughs).</p>
<p>I really appreciate your answers. They were quite informative for me. Many thanks and have nice day. Good bye.</p>	<p>Thanks. You too. Gaumarjos.</p>

Tabelle 9: Auswertungstabelle des Gesprächs mit dem Mitarbeiter des Freilichtmuseums Tbilisi (Quelle: Eigene Erhebung)

7.3. Interviewfragebogen

Survey: Georgia

1. What is your age?

1 <input type="checkbox"/> 18 - 24	3 <input type="checkbox"/> 35 - 44	5 <input type="checkbox"/> 60 and older
2 <input type="checkbox"/> 25 - 34	4 <input type="checkbox"/> 45 - 59	6 <input type="checkbox"/> No answer

2. What is your sex?

1 <input type="checkbox"/> male	2 <input type="checkbox"/> female	3 <input type="checkbox"/> other	4 <input type="checkbox"/> No answer
---------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	--------------------------------------

3. What is your highest type of education?

1 <input type="checkbox"/> None	6 <input type="checkbox"/> Master degree
2 <input type="checkbox"/> Elementary school	7 <input type="checkbox"/> PhD / Dr.
3 <input type="checkbox"/> Secondary School	8 <input type="checkbox"/> Other
4 <input type="checkbox"/> Vocational education / training	9 <input type="checkbox"/> No answer
5 <input type="checkbox"/> Bachelor degree / diploma	

4. What is your average income per month (net, after tax) ?

1 <input type="checkbox"/> 0 - 300 GEL	4 <input type="checkbox"/> 900 - 1200 GEL	7 <input type="checkbox"/> 1800 - 2000 GEL
2 <input type="checkbox"/> 300 - 600 GEL	5 <input type="checkbox"/> 1200 - 1500 GEL	8 <input type="checkbox"/> More than 2000 GEL
3 <input type="checkbox"/> 600 - 900 GEL	6 <input type="checkbox"/> 1500 - 1800 GEL	9 <input type="checkbox"/> No answer

5. What is your current region of residence?

1 <input type="checkbox"/> Adjara	7 <input type="checkbox"/> Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti
2 <input type="checkbox"/> Guria	8 <input type="checkbox"/> Samegrelo - Zemo Svaneti
3 <input type="checkbox"/> Imereti	9 <input type="checkbox"/> Samtskhe-Javakheti
4 <input type="checkbox"/> Kakheti	10 <input type="checkbox"/> Tbilisi
5 <input type="checkbox"/> Kvemo Kartli	11 <input type="checkbox"/> Outside Georgian Borders
6 <input type="checkbox"/> Mtskheta - Mtianeti	12 <input type="checkbox"/> No answer

6. If you currently live in Racha-Lechkhumi and Kvemo Svaneti or Samegrelo-Zemo Svaneti, please tell us in which municipality.

7. Do you hold Georgian citizenship?

1 <input type="checkbox"/> Yes	2 <input type="checkbox"/> No	3 <input type="checkbox"/> No answer
--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------

8. Do you additionally hold the citizenship of another country (please specify the country)?

1 <input type="checkbox"/> No	2 <input type="checkbox"/> No answer	3 <input type="checkbox"/> Yes <input type="text"/>
-------------------------------	--------------------------------------	---

9. What is your current main occupation / job?

1 <input type="checkbox"/> Working in a tourism-based job (your income depends mainly on tourism)
2 <input type="checkbox"/> Working in agriculture (e.g. farming, pastoral agriculture)
3 <input type="checkbox"/> Office work (e.g. administration, banking, insurance)
4 <input type="checkbox"/> Work in the field of education (e.g. schools, universities)
5 <input type="checkbox"/> Work in retail (e.g. cashier, salesperson)
6 <input type="checkbox"/> Work in the transport sector (e.g. taxi driver, chauffeur, conductor, pilot)
7 <input type="checkbox"/> student
8 <input type="checkbox"/> retired
9 <input type="checkbox"/> unemployed
10 <input type="checkbox"/> No answer
11 <input type="checkbox"/> Other (Please specify) No answer <input type="text"/>

10. Have you lost your main occupation/job or income in tourism during the current COVID-19 pandemic?

1 <input type="checkbox"/> Yes, I lost my main occupation	4 <input type="checkbox"/> No. None of the above.
2 <input type="checkbox"/> Yes, I lost additional income / regular income	5 <input type="checkbox"/> No answer
3 <input type="checkbox"/> Yes, I lost both	

11. Do you have additional income from tourism or offering touristic services? (Choose No, if you work in Tourism)

1 <input type="checkbox"/> Yes	2 <input type="checkbox"/> No	3 <input type="checkbox"/> No answer
--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------

12. How long have you been working (or earning additional income) in the field of tourism?

1 <input type="checkbox"/> 0 - 1 year
2 <input type="checkbox"/> 2 - 5 years
3 <input type="checkbox"/> 5 - 10 years
4 <input type="checkbox"/> 10 - 20 years
5 <input type="checkbox"/> 20 - 30 years
6 <input type="checkbox"/> More than 30 years
7 <input type="checkbox"/> Don't work in tourism / Do not earn money from tourism
8 <input type="checkbox"/> No answer

13. How much do you earn as additional income per month from tourism? (Choose No if you are working in a tourism based job).

1 <input type="checkbox"/> 0 - 300 GEL	6 <input type="checkbox"/> 1500 - 1800 GEL
2 <input type="checkbox"/> 300 - 600 GEL	7 <input type="checkbox"/> 1800 - 2000 GEL
3 <input type="checkbox"/> 600 - 900 GEL	8 <input type="checkbox"/> More than 2000 GEL
4 <input type="checkbox"/> 900 - 1200 GEL	9 <input type="checkbox"/> No additional income from tourism
5 <input type="checkbox"/> 1200 - 1500 GEL	10 <input type="checkbox"/> No answer

14. Did you undertake professional training in the field of tourism or did you study a tourism-related topic at university (diploma, bachelor's, master's or doctorate)?

1 <input type="checkbox"/> Yes	2 <input type="checkbox"/> No	3 <input type="checkbox"/> No answer
--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------



Abbildung 101: Fragebogen-Seite 1 (Quelle: Eigene Darstellung)

15. Where did you receive professional training or study a topic related to tourism?
- 1 Did not receive professional training/study related to tourism
 - 2 in Georgia
 - 3 No answer
 - 4 abroad (Please specify the country)
16. In which tourism branches are you working or earning additional income from or have been working/earning additional income before the COVID-19 pandemic? (Please select all points that are matching).
- 1 Renting private space within your place of living to tourists (apartments, rooms, camping sites)
 - 2 Renting external private space to tourists outside of your place of living (apartments, rooms, camping sites)
 - 3 Selling home-made wine or spirits to tourists
 - 4 Selling other home-made local products to tourists
 - 5 Working as a private tour guide for hiking, climbing etc.
 - 6 Working in a National Park as tour guide, ranger or other staff
 - 7 Working in a public touristic facility (e.g. Museum)
 - 8 Working in a private touristic facility (e.g. private Museum)
 - 9 Working in a shop
 - 10 Working in a restaurant / bar
 - 11 Working in a hotel / comparable facility
 - 12 Working in a car-rental service
 - 13 Working in a private transportation company
 - 14 Working as a private driver for tourists with your own car
 - 15 Working as a private driver for tourists with a car that is not your own
 - 16 Working as a regular taxi driver with your own car
 - 17 Working as a regular taxi driver with a car that is not your own
 - 18 Working in a private tourist agency / office
 - 19 Owning a hotel or comparable facilities, (No private spaces only commercial facilities)
 - 20 Owning a restaurant / bar
 - 21 Owning a shop (groceries, souvenirs)
 - 22 Owning a car-rental service
 - 23 Owning a private tourist agency / office
 - 24 Owning a private transportation company (e.g buses, off-road cars, cars, Taxi service)
 - 25 Owning a private vineyard / distillery
 - 26 No answer
 - 27 I never worked in tourism
 - 28 I never earned additional income from tourism
 - 29 No answer
 - 30 Other (please specify)
17. How many percent of your current average monthly income are covered by income from tourism? (0 = No answer)
- %
18. In case you do not earn any income from tourism currently. Please tell us why?
- 1 Quit my job in tourism branch
 - 2 I stopped providing touristic services
 - 3 Quit my Job in Tourism branch and stopped providing touristic services
 - 4 Lost my Job in Tourism because of COVID-19 pandemic
 - 5 Stopped providing touristic services because of COVID-19 pandemic
 - 6 Lost my Job in Tourism branch and stopped providing touristic services because of COVID-19 pandemic
 - 7 Can't earn income while there are no tourists because of the COVID-19 pandemic
 - 8 Never made income from tourism
 - 9 Doesn't apply to me
 - 10 No answer
 - 11 Others (please specify)
19. Looking at the situation before the COVID-19 pandemic starts in March 2020. The question is now, was your income from tourism higher before the COVID-19 pandemic began?
- 1 My income was higher
 - 2 My income was the same
 - 3 My income was lower
 - 4 I had no income form Tourism before the COVID-19 pandemic
 - 5 No answer
 - 6 Other (Please specify)

Questions about Geoparks

20. Have you ever heard of the concept of a Geopark before or do you know what a Geopark is?
- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Yes, I heard about the concept | 4 <input type="checkbox"/> No, I haven't heard about Geoparks at all |
| 2 <input type="checkbox"/> Yes, I know what a Geopark is | 5 <input type="checkbox"/> I don't know |
| 3 <input type="checkbox"/> No, but I want to know more about Geoparks | 6 <input type="checkbox"/> No answer |



Abbildung 102: Fragebogen-Seite 2 (Quelle: Eigene Darstellung)

Visit the place where ...Nature was carved in rocks...

Administrated by:
Agency of Protected Areas
D. Chulua Str. #8
Tbilisi 0114, Georgia
http://www.apa.gov.ge

Georgian Geoparks LEPL
Alvaio Geopark Information Centre
alvaio.geopark@georgiangeoparks.ge
http://www.georgiangeoparks.ge

Alvaio-Geopark

Welcome to Georgia, Welcome to Alvaio-Geopark...

We are proud to present you the first Georgian Geopark as a precious piece of nature in the eastern region of Kacheti.

Alvaio represents **ALazani, Vashlovani and Iori**, the two rivers that flow around our Geopark and one of the largest National Parks in the Heart of our Geopark

The Geopark itself covers an area of 4.271 km² and stretches from the western border of Kacheti region to the south-eastern part of Kacheti adjacent to Azerbaijan.

The Geoparks offer a rich variety of geological, cultural and environmental attractions.

You can hike through the colourful limestone badlands of the Vashlovani National Park area, watch birds and other animals that streak through our mind-blowing nature or you can get in touch with our heritage.

We welcome you to our Geopark Centre in Dedoplistskaro, where you can find information about our Geopark and get in touch with local guides that will show

You can also find maps, and equipment for your activities there.

A rental station for mountainbikes is also available.

If you want to take part in one of our famous "Wildlife discovery tours", please feel free to contact our staff. We want to make you stay in the Alvaio-Geopark as comfortable as possible.



Visit one of our numerous vineyards and experience 8000 years of winemaking history, and of course taste them...



Follow the path of long vanished archaic oceans, discover fossils, beautiful Takhti-Tepas (mudvolcanoes) and learn about our geological heritage ...



Take advantage of our famous hiking trails and discover the astonishing flora and fauna of the region. Enjoy the charming sunsets and the wide and open countryside...

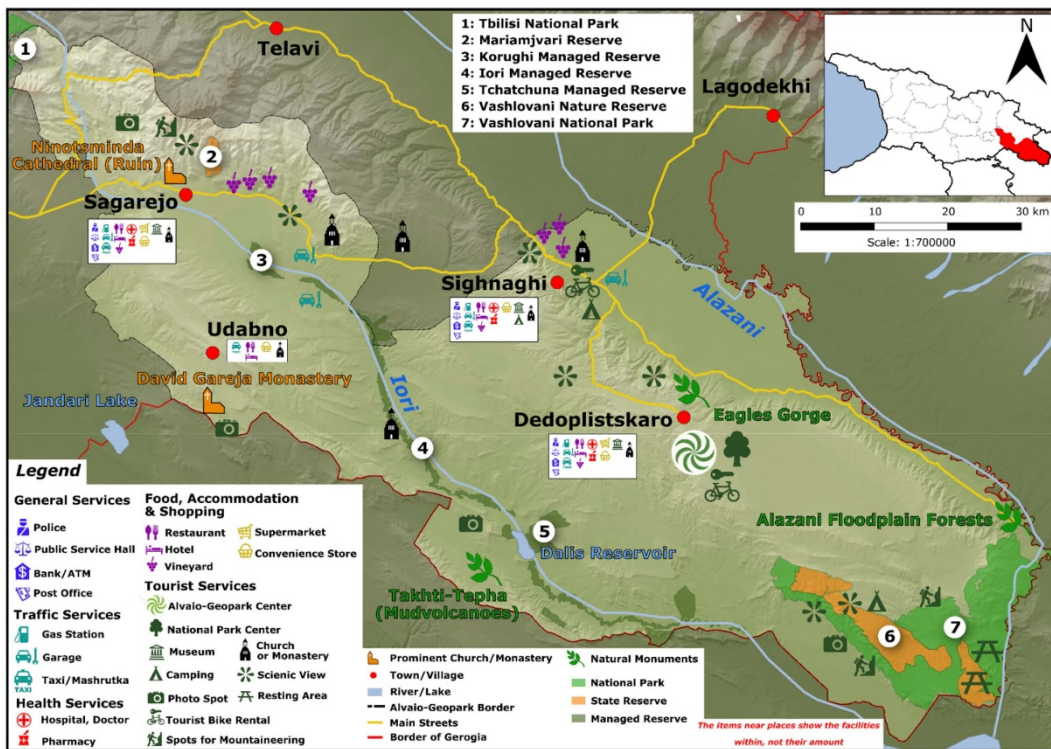


Hiking Route #4
საგარეჯოს ბრუნვი #4
Next waypoint - 0,8 km

Find your way with our specially designed signposts. For more information about your location or for guidance, simply scan the QR-Code and find the information you desire.



Unwind your soul by visiting our famous monasteries and enjoy the spiritual atmosphere, find new friends and let you feel the heartwarming hospitality of the Georgian people...



Survey Georgia: Page 3 - Fictional Advertisement



Abbildung 103: Fragebogen-Seite 3 (Quelle: Eigene Darstellung)

21. A Geopark is a relatively new touristic entity that shows the geological beauty of a certain region to the world. It also contains museums, local traditions and everything that is linked to the region it is located. Those Geoparks are either maintained by local authorities (for Example: the APA in Georgia) or they are a member in a global network maintained by the UNESCO. Therefore, those Geoparks are called UNESCO-Geoparks. The Geoparks are also about environmental topics but they are no protected areas (like National Parks or Sanctuaries for animals). Geoparks can generate new jobs for the local population and improve the infrastructure within the area. Also, Geoparks are a good way to impart knowledge and science to the local population and tourists as well. There are plans to create Geoparks in Georgia. Above you can see a fictional advertisement for a Geopark in Georgia (located in Kacheti region). This Geopark is about the rich geologic history of south-east Georgia and the rich viticulture in the area. Here is the Question: If you look at this fictional advertisement and the short description of Geoparks, would you generally say this is a good idea to create such a Geopark in Georgia?
- 1 Yes 2 No 3 I don't know 4 No answer
-
22. If there will be created a Geopark in Georgia would it be better to be maintained by the national Georgian authorities or as part of the UNESCO Global Geopark Network?
- 1 As part of the UNESCO Global Geopark Network
 2 Maintained by a national system and national authorities
 3 I don't know
 4 No answer
-
23. Geoparks are occasionally created as transboundary Geoparks to establish peace and good relations with neighbouring countries. That means that they cover areas in two or more countries. Do you think it would be a good idea to create a transboundary Geopark in Georgia that is shared with other countries in the Southern Caucasus?
- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Yes, with Armenia | 8 <input type="checkbox"/> Yes, with Azerbaijan and Turkey |
| 2 <input type="checkbox"/> Yes, with Azerbaijan | 9 <input type="checkbox"/> Yes, with Azerbaijan and Russia |
| 3 <input type="checkbox"/> Yes, with Russia | 10 <input type="checkbox"/> Yes, with Turkey and Russia |
| 4 <input type="checkbox"/> Yes, with Turkey | 11 <input type="checkbox"/> Yes with all four of them |
| 5 <input type="checkbox"/> Yes, with Armenia and Azerbaijan | 12 <input type="checkbox"/> No, I don't like this idea. |
| 6 <input type="checkbox"/> Yes, with Armenia and Russia | 13 <input type="checkbox"/> I don't know |
| 7 <input type="checkbox"/> Yes, with Armenia and Turkey | 14 <input type="checkbox"/> No answer |

While you have looked at the ficitonal advertisement please describe your personal point of view when you think about the idea of Geoparks regarding the terms given below

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| 24. Eco-Friendly | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild Approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong Approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 25. Nice | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neutral / Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 26. Improvement | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 27. Better future | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 28. Natural | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 29. Prosperous | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 30. Opportunity for Work | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 31. Income | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |
| 32. Good for Tourism | -2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval | +1 <input type="checkbox"/> Mild approval |
| | -1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval | +2 <input type="checkbox"/> Strong approval |
| | 0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval | +3 <input type="checkbox"/> No answer |



Abbildung 104: Fragebogen-Seite 4 (Quelle: Eigene Darstellung)

<p>33. Educational</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>34. Preserving Traditions</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>35. Scientific</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>36. Peaceful</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>37. Useless</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>38. Dirty</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>39. Money waste</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>40. Harmful</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>41. Dangerous</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>
<p>42. Security Issue</p> <p>-2 <input type="checkbox"/> Strong disapproval</p> <p>-1 <input type="checkbox"/> Mild disapproval</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Neither approval nor disapproval</p>	<p>+1 <input type="checkbox"/> Mild approval</p> <p>+2 <input type="checkbox"/> Strong approval</p> <p>+3 <input type="checkbox"/> No answer</p>

Questions about Vehicles

43. Do you own vehicles that you use for offering touristic purposes only?
 1 Yes 2 No 3 No answer

44. What kind of vehicle(s) do you own for offering touristic purposes only (Please select all matching vehicles)?

1 <input type="checkbox"/> Bike(s)	6 <input type="checkbox"/> 4-Wheel-Drive car	11 <input type="checkbox"/> Boat / Ship
2 <input type="checkbox"/> Motorbike(s)	7 <input type="checkbox"/> Minivan (up to 5 seats)	12 <input type="checkbox"/> Airplanes
3 <input type="checkbox"/> Car with combustion engine	8 <input type="checkbox"/> Minibus (up to 15 seats)	13 <input type="checkbox"/> No answer
4 <input type="checkbox"/> Hybrid car	9 <input type="checkbox"/> Small Bus (up to 35 Seats)	14 <input type="checkbox"/> Other
5 <input type="checkbox"/> Electric car	10 <input type="checkbox"/> Travel coach (up to 61 Seats)	

45. What type of fuel the before mentioned vehicles use?

1 <input type="checkbox"/> Gasoline	4 <input type="checkbox"/> Electricity (Electric engine)	7 <input type="checkbox"/> Other
2 <input type="checkbox"/> Diesel	5 <input type="checkbox"/> Special fuels (e.g. Kerosine)	
3 <input type="checkbox"/> LPG / CNG	6 <input type="checkbox"/> No answer	

46. Did you buy the before selected vehicles as new or used vehicles?

1 <input type="checkbox"/> All were new	4 <input type="checkbox"/> No answer
2 <input type="checkbox"/> All were used	5 <input type="checkbox"/> Other
3 <input type="checkbox"/> Some were new, some were used	

47. What kind of vehicles mentioned before do you buy as new (Please select all matching vehicles)?

1 <input type="checkbox"/> Bike(s)	6 <input type="checkbox"/> 4-Wheel-Drive car	11 <input type="checkbox"/> Boat / Ship
2 <input type="checkbox"/> Motorbike(s)	7 <input type="checkbox"/> Minivan (up to 5 seats)	12 <input type="checkbox"/> Airplanes
3 <input type="checkbox"/> Car with combustion engine	8 <input type="checkbox"/> Minibus (up to 15 seats)	13 <input type="checkbox"/> No answer
4 <input type="checkbox"/> Hybrid car	9 <input type="checkbox"/> Small Bus (up to 35 Seats)	14 <input type="checkbox"/> Other
5 <input type="checkbox"/> Electric car	10 <input type="checkbox"/> Travel coach (up to 61 Seats)	



Abbildung 105: Fragebogen-Seite 5 (Quelle: Eigene Darstellung)

48. What kind of vehicles mentioned before do you buy as used (Please select all matching vehicles)?
- | | | |
|---|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Bike(s) | 6 <input type="checkbox"/> 4-Wheel-Drive car | 11 <input type="checkbox"/> Boat / Ship |
| 2 <input type="checkbox"/> Motorbike(s) | 7 <input type="checkbox"/> Minivan (up to 5 seats) | 12 <input type="checkbox"/> Airplanes |
| 3 <input type="checkbox"/> Car with combustion engine | 8 <input type="checkbox"/> Minibus (up to 15 seats) | 13 <input type="checkbox"/> No answer |
| 4 <input type="checkbox"/> Hybrid car | 9 <input type="checkbox"/> Small Bus (up to 35 Seats) | 14 <input type="checkbox"/> Other |
| 5 <input type="checkbox"/> Electric car | 10 <input type="checkbox"/> Travel coach (up to 61 Seats) | |
-
49. Do you rent the before selected vehicles to tourists?
- 1 Yes 2 Yes, some of them 3 No answer 4 No
-
50. What kind of vehicles mentioned before do rent to tourists (Please select all matching vehicles)?
- | | | |
|---|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Bike(s) | 6 <input type="checkbox"/> 4-Wheel-Drive car | 11 <input type="checkbox"/> Boat / Ship |
| 2 <input type="checkbox"/> Motorbike(s) | 7 <input type="checkbox"/> Minivan (up to 5 seats) | 12 <input type="checkbox"/> Airplanes |
| 3 <input type="checkbox"/> Car with combustion engine | 8 <input type="checkbox"/> Minibus (up to 15 seats) | 13 <input type="checkbox"/> No answer |
| 4 <input type="checkbox"/> Hybrid car | 9 <input type="checkbox"/> Small Bus (up to 35 Seats) | 14 <input type="checkbox"/> Other |
| 5 <input type="checkbox"/> Electric car | 10 <input type="checkbox"/> Travel coach (up to 61 Seats) | |
-
51. Do you use the before selected vehicles to transport tourists as a driver within Georgia?
- 1 Yes 2 Yes, some of them 3 No answer 4 No
-
52. What kind of vehicles mentioned before do you use to transport tourists within Georgia as a driver (Please select all matching vehicles)?
- | | | |
|---|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Bike(s) | 6 <input type="checkbox"/> 4-Wheel-Drive car | 11 <input type="checkbox"/> Boat / Ship |
| 2 <input type="checkbox"/> Motorbike(s) | 7 <input type="checkbox"/> Minivan (up to 5 seats) | 12 <input type="checkbox"/> Airplanes |
| 3 <input type="checkbox"/> Car with combustion engine | 8 <input type="checkbox"/> Minibus (up to 15 seats) | 13 <input type="checkbox"/> No answer |
| 4 <input type="checkbox"/> Hybrid car | 9 <input type="checkbox"/> Small Bus (up to 35 Seats) | 14 <input type="checkbox"/> Other |
| 5 <input type="checkbox"/> Electric car | 10 <input type="checkbox"/> Travel coach (up to 61 Seats) | |
-
53. Do you think that the price for fuel (GEL per litre) has increased overall since the beginning of the COVID-19 pandemic in March 2020 ?
- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Yes, more than 50% | 5 <input type="checkbox"/> No, the fuel is cheaper today. |
| 2 <input type="checkbox"/> Yes, more than 20% | 6 <input type="checkbox"/> There was no change in the fuel price |
| 3 <input type="checkbox"/> Yes, more than 10% | 7 <input type="checkbox"/> No answer |
| 4 <input type="checkbox"/> Yes, more than 5% | |
-
54. Is the increasing price for fuel an economic problem for your tourism related business?
- 1 Yes 2 No 3 No answer
-
55. Why is the increasing fuel price an economic problem for you (Please select all matching answers)?
- | |
|---|
| 1 <input type="checkbox"/> There are less tourists and less income |
| 2 <input type="checkbox"/> The taxes on fuel are too high |
| 3 <input type="checkbox"/> There are occasionally shortages of fuel on the fuel station |
| 4 <input type="checkbox"/> My vehicle uses a lot of fuel (e.g. large engine) |
| 5 <input type="checkbox"/> Other |
| 6 <input type="checkbox"/> No answer |
-
56. The European Union plans to ban vehicles with a combustion engine by the year of 2035. Do you think this decision will affect you?
- | |
|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Yes, it will harm my business while it depends on combustion engine cars |
| 2 <input type="checkbox"/> Yes, I won't be able to obtain a wide variety of used cars anymore |
| 3 <input type="checkbox"/> Yes, prices for used combustion engine cars will rise |
| 4 <input type="checkbox"/> Yes, it will strongly effect my business while I can't use electric vehicles (no charging infrastructure) |
| 5 <input type="checkbox"/> No, this won't affect me at all |
| 6 <input type="checkbox"/> I don't know. |
| 7 <input type="checkbox"/> No answer |

Questions about property

57. Do you rent property that you use for touristic purposes ?
- 1 Yes 2 No 3 No answer
-
58. Do you own property that you use for touristic purposes ?
- 1 Yes 2 No 3 No answer
-
59. Which type of property do you rent and use for touristic purposes (Please select all matching points)?
- | |
|---|
| 1 <input type="checkbox"/> My private home where I live with my family or alone |
| 2 <input type="checkbox"/> External flats or houses (Where I don't live) |
| 3 <input type="checkbox"/> Shops, Tourist Agency |
| 4 <input type="checkbox"/> Guesthouses, Bed & Breakfast |
| 5 <input type="checkbox"/> Camping sites |
| 6 <input type="checkbox"/> Hotels |
| 7 <input type="checkbox"/> No answer |
| 8 <input type="checkbox"/> Other (please specify) <input type="text"/> |



Abbildung 106: Fragebogen-Seite 6 (Quelle: Eigene Darstellung)

60. Which type of property do you own and use for touristic purposes (Please select all matching points)?
- 1 My private home where I live with my family or alone
 2 External flats or houses (Where I don't live)
 3 Shops, Tourist Agency
 4 Guesthouses, Bed & Breakfast
 5 Camping sites
 6 Hotels
 7 No answer
 8 Other (please specify)
61. How do (or did) you fund the property you own and use for touristic purposes?
- 1 With my own savings
 2 Taking a loan
 3 Governmental funding programme (also partly funding)
 4 Foreign funding programme (e.g European Union funds, also partly funding)
 5 Other (please specify)
62. How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded with your own savings?
 _____ %
63. How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by taking a loan?
 _____ %
64. How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a governmental funding programme (Also partly funding)?
 _____ %
65. How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a foreign funding programme (e.g. European union funds, also partly funding)?
 _____ %
66. If you took a loan. Where did you apply for the funding?
- 1 Regular Bank (e.g. Bank of Georgia)
 2 Microfinance institute
 3 Friends or relatives
 4 No answer
 5 Other (please specify)
67. How high was the amount of funding you applied for?
- 1 0 - 5000 GEL
 2 5000 - 10000 GEL
 3 10000 - 15000 GEL
 4 15000 - 20000 GEL
 5 More than 20000 GEL
 6 No answer
68. What is or was the interest rate you have to pay for your funding (in percent %)?
 _____ %

Questions about COVID-19

69. Do you think that the COVID-19 pandemic overall will harm the process of tourism development in Georgia for the future?
- 1 Yes, it will do severe harm
 2 Yes, it will do a bit harm
 3 No, it will not harm the process, just slow it
 4 No, nothing happens. Development goes on.
 5 I don't know
 6 No answer
70. Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more national (domestic) Tourists (Georgians) were coming to your area for touristic purposes?
- 1 Yes, there were more domestic tourists before the pandemic
 2 No, there have been less domestic tourists coming to my area before the pandemic.
 3 The number of domestic tourists coming to my area was the same.
 4 No answer
71. Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more international Tourists (from outside Georgia) were coming to your area for touristic purposes?
- 1 Yes, there were more international tourists before the pandemic
 2 No, there have been less international tourists coming to my area before the pandemic.
 3 The number of international tourists coming to my area was the same.
 4 No answer
72. From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area before the COVID-19 pandemic in March 2020 (Please select all matching regions)?
- 1 Adjara
 2 Guria
 3 Imereti
 4 Kakheti
 5 Kvemo Kartli
 6 Mtskheta-Mtianeti
 7 Racha-Lechkhumi and Kvemo Svaneti
 8 Samegrelo-Zemo Svaneti
 9 Samtskhe-Javakheti
 10 Tbilisi
 11 No answer



Abbildung 107: Fragebogen-Seite 7 (Quelle: Eigene Darstellung)

73. From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area before the COVID-19 pandemic in March 2020 (Please select all matching regions)?

- | | | | | | |
|----------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Germany | 6 <input type="checkbox"/> | Great Britain | 11 <input type="checkbox"/> | Ukraine |
| 2 <input type="checkbox"/> | Poland | 7 <input type="checkbox"/> | Armenia | 12 <input type="checkbox"/> | Russian Federation |
| 3 <input type="checkbox"/> | Czech Republic | 8 <input type="checkbox"/> | Azerbaijan | 13 <input type="checkbox"/> | Other Countries |
| 4 <input type="checkbox"/> | France | 9 <input type="checkbox"/> | Iran | 14 <input type="checkbox"/> | No answer |
| 5 <input type="checkbox"/> | Other EU-Countries | 10 <input type="checkbox"/> | Israel | | |

74. From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area after the COVID-19 pandemic in March 2020 (Please select all matching regions)?

- | | | | |
|----------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Adjara | 7 <input type="checkbox"/> | Racha-Lechkhumi and Kvemo Svaneti |
| 2 <input type="checkbox"/> | Guria | 8 <input type="checkbox"/> | Samegrelo-Zemo Svaneti |
| 3 <input type="checkbox"/> | Imereti | 9 <input type="checkbox"/> | Samtskhe-Javakheti |
| 4 <input type="checkbox"/> | Kakheti | 10 <input type="checkbox"/> | Tbilisi |
| 5 <input type="checkbox"/> | Kvemo Kartli | 11 <input type="checkbox"/> | No answer |
| 6 <input type="checkbox"/> | Mtskheta-Mtianeti | | |

75. From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area after the COVID-19 pandemic in March 2020 (Please select all matching regions)?

- | | | | | | |
|----------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Germany | 6 <input type="checkbox"/> | Great Britain | 11 <input type="checkbox"/> | Ukraine |
| 2 <input type="checkbox"/> | Poland | 7 <input type="checkbox"/> | Armenia | 12 <input type="checkbox"/> | Russian Federation |
| 3 <input type="checkbox"/> | Czech Republic | 8 <input type="checkbox"/> | Azerbaijan | 13 <input type="checkbox"/> | Other Countries |
| 4 <input type="checkbox"/> | France | 9 <input type="checkbox"/> | Iran | 14 <input type="checkbox"/> | No answer |
| 5 <input type="checkbox"/> | Other EU-Countries | 10 <input type="checkbox"/> | Israel | | |

76. Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on your personal economic situation? (Including your family)

- | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| -2 <input type="checkbox"/> | Had a very negative effect | 0 <input type="checkbox"/> | Had no effect | +2 <input type="checkbox"/> | Had a very positive effect |
| -1 <input type="checkbox"/> | Had a mild negative effect | +1 <input type="checkbox"/> | Had a mild positive effect | +3 <input type="checkbox"/> | No answer |

77. Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the touristic economic situation in Georgia?

- | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| -2 <input type="checkbox"/> | Had a very negative effect | 0 <input type="checkbox"/> | Had no effect | +2 <input type="checkbox"/> | Had a very positive effect |
| -1 <input type="checkbox"/> | Had a mild negative effect | +1 <input type="checkbox"/> | Had a mild positive effect | +3 <input type="checkbox"/> | No answer |

78. Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the general economic situation in Georgia?

- | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| -2 <input type="checkbox"/> | Had a very negative effect | 0 <input type="checkbox"/> | Had no effect | +2 <input type="checkbox"/> | Had a very positive effect |
| -1 <input type="checkbox"/> | Had a mild negative effect | +1 <input type="checkbox"/> | Had a mild positive effect | +3 <input type="checkbox"/> | No answer |

79. Do you think that the economic effects of the COVID-19 pandemic will be long-lasting problems for you personally (or your family) and/or for the whole country of Georgia?

- | | |
|----------------------------|--|
| 1 <input type="checkbox"/> | Yes, I will have to deal personally with this problems for a longer time |
| 2 <input type="checkbox"/> | Yes, Georgia will have to deal with this problems for a long time |
| 3 <input type="checkbox"/> | Yes, both Georgia and I will have to deal with this problems for a long time |
| 4 <input type="checkbox"/> | No, I don't think this problems are long-lasting |
| 5 <input type="checkbox"/> | No answer |

80. Do you think the measures taken by the government to contain the spread of COVID-19 were useful?

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|
| -2 <input type="checkbox"/> | They have been very useless | 0 <input type="checkbox"/> | They had no effect | +2 <input type="checkbox"/> | They have been very useful |
| -1 <input type="checkbox"/> | They have been useless | +1 <input type="checkbox"/> | They have been useful | +3 <input type="checkbox"/> | No answer |

81. Do you think the government was prepared for the containment of the COVID-19 virus?

- | | | | | | |
|----------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|--------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Under no circumstances | 3 <input type="checkbox"/> | A little bit | 5 <input type="checkbox"/> | I don't know |
| 2 <input type="checkbox"/> | Not really | 4 <input type="checkbox"/> | Yes, they were well prepared | 6 <input type="checkbox"/> | No answer |

82. Do you think the government did take enough measures to warn and protect the population against the COVID-19 virus?

- | | | | | | |
|----------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|--------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Under no circumstances | 3 <input type="checkbox"/> | A little bit | 5 <input type="checkbox"/> | I don't know |
| 2 <input type="checkbox"/> | Not really | 4 <input type="checkbox"/> | Yes, they were well prepared | 6 <input type="checkbox"/> | No answer |

83. Do you think it is a good idea to close the borders (air, sea and land borders) to prevent the COVID-19 virus from spreading to Georgia?

- | | | | | | | | |
|----------------------------|-----|----------------------------|----|----------------------------|--------------|----------------------------|-----------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Yes | 2 <input type="checkbox"/> | No | 3 <input type="checkbox"/> | I don't know | 4 <input type="checkbox"/> | No answer |
|----------------------------|-----|----------------------------|----|----------------------------|--------------|----------------------------|-----------|

84. Are you vaccinated with any corona vaccine?

- | | | | |
|----------------------------|-----|----------------------------|---------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Yes | 3 <input type="checkbox"/> | No, but I want to be vaccinated |
| 2 <input type="checkbox"/> | No | 4 <input type="checkbox"/> | No answer |

85. Are you worried that there will be another infection wave in future in Georgia regarding some new mutant variants of the COVID-Virus?

- | | | | | | | | |
|----------------------------|-----|----------------------------|----|----------------------------|--------------|----------------------------|-----------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Yes | 2 <input type="checkbox"/> | No | 3 <input type="checkbox"/> | I don't know | 4 <input type="checkbox"/> | No answer |
|----------------------------|-----|----------------------------|----|----------------------------|--------------|----------------------------|-----------|



Abbildung 108: Fragebogen-Seite 8 (Quelle: Eigene Darstellung)

7.4. Gesamtauswertung Umfrage

Hier finden Sie die Gesamtauswertung der Umfrage inkl. Freitextantworten aber ohne freie numerische Eingaben (technisch nicht darstellbar)

Grundauswertung der Befragung:

1) What is your age?

18 - 24	10 (16,67%)
25 - 34	15 (25,00%)
35 - 44	20 (33,33%)
45 - 59	10 (16,67%)
60 and older	5 (8,33%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

2) What is your sex?

male	46 (76,67%)
female	14 (23,33%)
other	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

3) What is your highest type of education?

None	0 (0,00%)
Elementary school	0 (0,00%)
Secondary School	19 (31,67%)
Vocational education / training	0 (0,00%)
Bachelor degree / diploma	34 (56,67%)
Master degree	4 (6,67%)
PhD / Dr.	3 (5,00%)
Other	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

4) What is your average income per month (net, after tax) ?

0 - 300 GEL	0 (0,00%)
300 - 600 GEL	1 (1,67%)
600 - 900 GEL	2 (3,33%)
900 - 1200 GEL	18 (30,00%)
1200 - 1500 GEL	24 (40,00%)
1500 - 1800 GEL	10 (16,67%)
1800 - 2000 GEL	3 (5,00%)
More than 2000 GEL	0 (0,00%)
No answer	2 (3,33%)

Summe	60
ohne Antwort	0

5) What is your current region of residence?

Adjara	0 (0,00%)
Guria	0 (0,00%)
Imereti	0 (0,00%)
Kakheti	1 (1,67%)
Kvemo Kartli	0 (0,00%)
Mtskheta - Mtianeti	0 (0,00%)
Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti	10 (16,67%)
Samegrelo - Zemo Svaneti	44 (73,33%)
Samtskhe-Javakheti	0 (0,00%)
Tbilisi	5 (8,33%)
Outside Georgian Borders	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

6) If you currently live in Racha-Lechkumi and Kvemo Svaneti or Samegrelo-Zemo Svaneti, please tell us in which municipality.

- Mestia
- Mestia
- Ambrolauri

- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Ushguli
- Ambrolauri
- Lenteki
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
-
- Oni
- Zugdidi
- Ambrolauri

- Ushguli
- Ambrolauri
- Zugdidi
- Ushguli
- Zugdidi
- Mestia
- Ambrolauri
- Ushguli
- Zugdidi
- Zugdidi
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Ambrolauri
- Ambrolauri
- Zugdidi
- Zageri
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia

- Mestia
- Mestia
- Mestia
- Mestia

7) Do you hold Georgian citizenship?

Yes	60 (100,00%)
No	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

8) Do you additionally hold the citizenship of another country (please specify the country)?

No	47 (78,33%)
No answer	3 (5,00%)
Yes	10 (16,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

- Russia
- Armenia
- Azerbaijan
- Ukraine
- Russia

- Russia
- Armenia
- Germany
- France
- Russia

9) What is your current main occupation / job?

Working in a tourism-based job (your income depends main	36	(60,00%)
Working in agriculture (e.g. farming, pastoral agricultu	2	(3,33%)
Office work (e.g. administration, banking, insurance)	6	(10,00%)
Work in the field of education (e.g. schools, universiti	7	(11,67%)
Work in retail (e.g. cashier, salesperson)	0	(0,00%)
Work in the transport sector (e.g. taxi driver, chauffe	5	(8,33%)
student	2	(3,33%)
retired	1	(1,67%)
unemployed	0	(0,00%)
No answer	1	(1,67%)
Other (Please specify)No answer	0	(0,00%)
<hr/>		
Summe	60	
ohne Antwort	0	

10) Have you lost your main occupation/job or income in tourism during the current COVID-19 pandemic?

Yes, I lost my main occupation	2	(3,33%)
Yes, I lost additional income / regular income	53	(88,33%)

Yes, I lost both	0 (0,00%)
No. None of the above.	5 (8,33%)
No answer	0 (0,00%)
-----	-----
Summe	60
ohne Antwort	0

11) Do you have additional income from tourism or offering touristic services? (Choose No, if you work in Tourism)

Yes	23 (38,33%)
No	37 (61,67%)
No answer	0 (0,00%)
-----	-----
Summe	60
ohne Antwort	0

12) How long have you been working (or earning additional income) in the field of tourism?

0 - 1 year	0 (0,00%)
2 - 5 years	7 (11,67%)
5 - 10 years	18 (30,00%)
10 - 20 years	26 (43,33%)
20 - 30 years	8 (13,33%)
More than 30 years	0 (0,00%)
Don't work in tourism / Do not earn money from tourism	1 (1,67%)
No answer	0 (0,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

13) How much do you earn as additional income per month from tourism? (Choose No if you are working in a tourism based job).

0 - 300 GEL	0 (0,00%)
300 - 600 GEL	8 (13,33%)
600 - 900 GEL	13 (21,67%)
900 - 1200 GEL	0 (0,00%)
1200 - 1500 GEL	1 (1,67%)
1500 - 1800 GEL	0 (0,00%)
1800 - 2000 GEL	0 (0,00%)
More than 2000 GEL	0 (0,00%)
No additional income from tourism	36 (60,00%)
No answer	2 (3,33%)

Summe	60
ohne Antwort	0

14) Did you undertake professional training in the field of tourism or did you study a tourism-related topic at university (diploma, bachelor's, master's or doctorate)?

Yes	5 (8,33%)
No	55 (91,67%)
No answer	0 (0,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

15) Where did you receive professional training or study a topic related to tourism?

Did not receive professional training/study related to t 55 (91,67%)

in Georgia 3 (5,00%)

No answer 0 (0,00%)

abroad (Please specify the country) 2 (3,33%)

Summe	60
ohne Antwort	0

- Russia

- France

16) In which tourism branches are you working or earning additional income from or have been working/earning additional income before the COVID-19 pandemic? (Please select all points that are matching).

Renting private space within your place of living to tou 7 (5,15%)

Renting external private space to tourists outside of yo 18 (13,24%)

Selling home-made wine or spirits to tourists 16 (11,76%)

Selling other home-made local products to tourists 20 (14,71%)

Working as a private tour guide for hiking, climbing etc 17 (12,50%)

Working in a National Park as tour guide, ranger or othe 0 (0,00%)

Working in a public touristic facility (e.g. Museum) 2 (1,47%)

Working in a private touristic facility (e.g. private Mu	0 (0,00%)
Working in a shop	4 (2,94%)
Working in a restaurant / bar	6 (4,41%)
Working in a hotel / comparable facility	1 (0,74%)
Working in a car-rental service	0 (0,00%)
Working in a private transportation company	0 (0,00%)
Working as a private driver for tourists with your own c	20 (14,71%)
Working as a private driver for tourists with a car that	0 (0,00%)
Working as a regular taxi driver with your own car	3 (2,21%)
Working as a regular taxi driver with a car that is not	1 (0,74%)
Working in a private tourist agency / office	0 (0,00%)
Owning a hotel or comparable facilities, (No private spa	10 (7,35%)
Owning a restaurant / bar	2 (1,47%)
Owning a shop (groceries, souvenirs)	5 (3,68%)
Owning a car-rental service	1 (0,74%)
Owning a private tourist agency / office	0 (0,00%)
Owning a private transportation company (e.g buses, off-	1 (0,74%)
Owning a private vineyard / distilleryNo answer	1 (0,74%)
I never worked in tourism	0 (0,00%)
I never earned additional income from tourism	1 (0,74%)
No answer	0 (0,00%)
Other (please specify)	0 (0,00%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	136

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

17) How many percent of your current average monthly income are covered by income from tourism? (0 = No answer)

Antworten 60

ohne Antwort 0

Minimum 0

Maximum 100

Mittelwert 74,167

Median 30

18) In case you do not earn any income from tourism currently. Please tell us why?

Quit my job in tourism branch 0 (0,00%)

I stopped providing touristic services 0 (0,00%)

Quit my Job in Tourism branch and stopped providing tour 0 (0,00%)

Lost my Job in Tourism because of COVID-19 pandemic 0 (0,00%)

Stopped providing touristic services because of COVID-19 0 (0,00%)

Lost my Job in Tourism branch and stopped providing tour 0 (0,00%)

Can't earn income while there are no tourists because of 0 (0,00%)

Never made income from tourism 0 (0,00%)

Doesn't apply to me 60 (100,00%)

No answer 0 (0,00%)

Others (please specify) 0 (0,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

19) Looking at the situation before the COVID-19 pandemic starts in March 2020. The question is now, was your income from tourism higher before the COVID-19 pandemic began?

My income was higher	55 (91,67%)
----------------------	-------------

My income was the same	4 (6,67%)
------------------------	-----------

My income was lower	0 (0,00%)
---------------------	-----------

I had no income form Tourism before the COVID-19 pandemi	1 (1,67%)
--	-----------

No answer	0 (0,00%)
-----------	-----------

Other (Please specify)	0 (0,00%)
------------------------	-----------

Summe	60
ohne Antwort	0

Questions about Geoparks

20) Have you ever heard of the concept of a Geopark before or do you know what a Geopark is?

Yes, I heard about the concept	12 (20,00%)
--------------------------------	-------------

Yes, I know what a Geopark is	4 (6,67%)
-------------------------------	-----------

No, but I want to know more about Geoparks 24 (40,00%)

No, I haven't heard about Geoparks at all 20 (33,33%)

I don't know 0 (0,00%)

No answer 0 (0,00%)

Summe 60

ohne Antwort 0

21) A Geopark is a relatively new touristic entity that shows the geological beauty of a certain region to the world. It also contains museums, local traditions and everything that is linked to the region it is located. Those Geoparks are either maintained by local authorities (for Example: the APA in Georgia) or they are a member in a global network maintained by the UNESCO. Therefore, those Geoparks are called UNESCO-Geoparks. The Geoparks are also about environmental topics but they are no protected areas (like National Parks or Sanctuaries for animals). Geoparks can generate new jobs for the local population and improve the infrastructure within the area. Also, Geoparks are a good way to impart knowledge and science to the local population and tourists as well. There are plans to create Geoparks in Georgia. Above you can see a fictional advertisement for a Geopark in Georgia (located in Kacheti region). This Geopark is about the rich geologic history of south-east Georgia and the rich viticulture in the area. Here is the Question: If you look at this fictional advertisement and the short description of Geoparks, would you generally say this is a good

idea to create such a Geopark in Georgia?

Yes 57 (95,00%)

No 2 (3,33%)

I don't know 1 (1,67%)

No answer 0 (0,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

22) If there will be created a Geopark in Georgia would it be better to be maintained by the national Georgian authorities or as part of the UNESCO Global Geopark Network?

As part of the UNESCO Global Geopark Network	53 (88,33%)
Maintained by a national system and national authorities	2 (3,33%)

I don't know	4 (6,67%)
--------------	-----------

No answer	1 (1,67%)
-----------	-----------

Summe	60
ohne Antwort	0

23) Geoparks are occasionally created as transboundary Geoparks to establish peace and good relations with neighbouring countries. That means that they cover areas in two or more countries. Do you think it would be a good idea to create a transboundary G

Yes, with Armenia	5 (8,33%)
-------------------	-----------

Yes, with Azerbaijan	1 (1,67%)
----------------------	-----------

Yes, with Russia	0 (0,00%)
------------------	-----------

Yes, with Turkey	0 (0,00%)
------------------	-----------

Yes, with Armenia and Azerbaijan	10 (16,67%)
----------------------------------	-------------

Yes, with Armenia and Russia	0 (0,00%)
------------------------------	-----------

Yes, with Armenia and Turkey	0 (0,00%)
------------------------------	-----------

Yes, with Azerbaijan and Turkey	0 (0,00%)
---------------------------------	-----------

Yes, with Azerbaijan and Russia	0 (0,00%)
Yes, with Turkey and Russia	0 (0,00%)
Yes with all four of them	0 (0,00%)
No, I don't like this idea.	30 (50,00%)
I don't know	14 (23,33%)
No answer	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	60
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

While you have looked at the ficitonal advertisement please describe your personal point of view when you think about the idea of Geoparks according to the terms.

24) Eco-Friendly

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	51 (85,00%)
Mild Approval	8 (13,33%)

Strong Approval	0 (0,00%)
-----------------	-----------

No answer	1 (1,67%)
-----------	-----------

Summe	60
-------	----

ohne Antwort	0
--------------	---

Mittelwert	0,18
------------	------

Median	0
--------	---

25) Nice

Strong disapproval	0 (0,00%)
--------------------	-----------

Mild disapproval	0 (0,00%)
------------------	-----------

Neutral / Neither approval nor disapproval	46 (76,67%)
--	-------------

Mild approval	12 (20,00%)
---------------	-------------

Strong approval	1 (1,67%)
-----------------	-----------

No answer	1 (1,67%)
-----------	-----------

Summe	60
-------	----

ohne Antwort	0
--------------	---

Mittelwert	0,28
------------	------

Median	0
--------	---

26) Improvement

Strong disapproval	0 (0,00%)
--------------------	-----------

Mild disapproval	0 (0,00%)
------------------	-----------

Neither approval nor disapproval	19 (31,67%)
Mild approval	30 (50,00%)
Strong approval	10 (16,67%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,88
Median	1

27) Better future

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	19 (31,67%)
Mild approval	25 (41,67%)
Strong approval	15 (25,00%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,97
Median	1

28) Natural

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	25 (41,67%)
Mild approval	28 (46,67%)
Strong approval	6 (10,00%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,72
Median	1

29) Prosperous

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	25 (42,37%)
Mild approval	18 (30,51%)
Strong approval	15 (25,42%)
No answer	1 (1,69%)
<hr/>	
Summe	59
ohne Antwort	1

Mittelwert 0,86

Median 1

30) Opportunity for Work

Strong disapproval 0 (0,00%)

Mild disapproval 0 (0,00%)

Neither approval nor disapproval 0 (0,00%)

Mild approval 7 (11,67%)

Strong approval 52 (86,67%)

No answer 1 (1,67%)

Summe 60

ohne Antwort 0

Mittelwert 1,9

Median 2

31) Income

Strong disapproval 0 (0,00%)

Mild disapproval 0 (0,00%)

Neither approval nor disapproval 0 (0,00%)

Mild approval 4 (6,67%)

Strong approval 55 (91,67%)

No answer 1 (1,67%)

Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	1,95
Median	2

32) Good for Tourism

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	2 (3,39%)
Mild approval	5 (8,47%)
Strong approval	51 (86,44%)
No answer	1 (1,69%)

Summe	59
ohne Antwort	1
Mittelwert	1,86
Median	2

33) Educational

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	33 (55,00%)

Mild approval	25 (41,67%)
Strong approval	1 (1,67%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,5
Median	0

34) Preserving Traditions

Strong disapproval	3 (5,00%)
Mild disapproval	18 (30,00%)
Neither approval nor disapproval	23 (38,33%)
Mild approval	9 (15,00%)
Strong approval	5 (8,33%)
No answer	2 (3,33%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,02
Median	0

35) Scientific

Strong disapproval	0 (0,00%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	16 (26,67%)
Mild approval	33 (55,00%)
Strong approval	10 (16,67%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,93
Median	1

36) Peaceful

Strong disapproval	2 (3,33%)
Mild disapproval	0 (0,00%)
Neither approval nor disapproval	47 (78,33%)
Mild approval	10 (16,67%)
Strong approval	0 (0,00%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

Mittelwert 0,15

Median 0

37) Useless

Strong disapproval 55 (91,67%)

Mild disapproval 1 (1,67%)

Neither approval nor disapproval 3 (5,00%)

Mild approval 0 (0,00%)

Strong approval 0 (0,00%)

No answer 1 (1,67%)

Summe 60

ohne Antwort 0

Mittelwert -1,8

Median -2

38) Dirty

Strong disapproval 53 (88,33%)

Mild disapproval 3 (5,00%)

Neither approval nor disapproval 3 (5,00%)

Mild approval 0 (0,00%)

Strong approval 0 (0,00%)

No answer 1 (1,67%)

Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-1,77
Median	-2

39) Money waste

Strong disapproval	26 (43,33%)
Mild disapproval	11 (18,33%)
Neither approval nor disapproval	10 (16,67%)
Mild approval	11 (18,33%)
Strong approval	1 (1,67%)
No answer	1 (1,67%)

Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-0,78
Median	-1

40) Harmful

Strong disapproval	50 (83,33%)
Mild disapproval	3 (5,00%)
Neither approval nor disapproval	6 (10,00%)

Mild approval	0 (0,00%)
Strong approval	0 (0,00%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-1,67
Median	-2

41) Dangerous

Strong disapproval	52 (86,67%)
Mild disapproval	1 (1,67%)
Neither approval nor disapproval	6 (10,00%)
Mild approval	0 (0,00%)
Strong approval	0 (0,00%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-1,7
Median	-2

42) Security Issue

Strong disapproval	14 (23,33%)
Mild disapproval	4 (6,67%)
Neither approval nor disapproval	12 (20,00%)
Mild approval	28 (46,67%)
Strong approval	1 (1,67%)
No answer	1 (1,67%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	0,02
Median	0

Questions about Vehicles

43) Do you own vehicles that you use for offering touristic purposes only?

Yes	24 (40,00%)
No	36 (60,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

44) What kind of vehicle(s) do you own for offering touristic purposes only (Please select all matching vehicles)?

Bike(s)	0 (0,00%)
Motorbike(s)	0 (0,00%)
Car with combustion engine	11 (16,42%)
Hybrid car	0 (0,00%)
Electric car	0 (0,00%)
4-Wheel-Drive car	13 (19,40%)
Minivan (up to 5 seats)	3 (4,48%)
Minibus (up to 15 seats)	3 (4,48%)
Small Bus (up to 35 Seats)	1 (1,49%)
Travel coach (up to 61 Seats)	0 (0,00%)
Boat / Ship	0 (0,00%)
Airplanes	0 (0,00%)
No answer	36 (53,73%)
Other	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	67
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

45) What type of fuel the before mentioned vehicles use?

Gasoline	19 (30,65%)
Diesel	7 (11,29%)
LPG / CNG	0 (0,00%)
Electricity (Electric engine)	0 (0,00%)

Special fuels (e.g. Kerosine) 0 (0,00%)

No answer 36 (58,06%)

Other 0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 62

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

46) Did you buy the before selected vehicles as new or used vehicles?

All were new 0 (0,00%)

All were used 22 (36,67%)

Some were new, some were used 2 (3,33%)

No answer 36 (60,00%)

Other 0 (0,00%)

Summe 60

ohne Antwort 0

47) What kind of vehicles mentioned before do you buy as new (Please select all matching vehicles)?

Bike(s) 0 (0,00%)

Motorbike(s) 0 (0,00%)

Car with combustion engine 0 (0,00%)

Hybrid car	0 (0,00%)
Electric car	0 (0,00%)
4-Wheel-Drive car	1 (1,67%)
Minivan (up to 5 seats)	0 (0,00%)
Minibus (up to 15 seats)	1 (1,67%)
Small Bus (up to 35 Seats)	0 (0,00%)
Travel coach (up to 61 Seats)	0 (0,00%)
Boat / Ship	0 (0,00%)
Airplanes	0 (0,00%)
No answer	58 (96,67%)
Other	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	60
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

48) What kind of vehicles mentioned before do you buy as used (Please select all matching vehicles)?

Bike(s)	0 (0,00%)
Motorbike(s)	0 (0,00%)
Car with combustion engine	11 (17,19%)
Hybrid car	0 (0,00%)
Electric car	0 (0,00%)

4-Wheel-Drive car	12 (18,75%)
Minivan (up to 5 seats)	3 (4,69%)
Minibus (up to 15 seats)	2 (3,13%)
Small Bus (up to 35 Seats)	1 (1,56%)
Travel coach (up to 61 Seats)	0 (0,00%)
Boat / Ship	0 (0,00%)
Airplanes	0 (0,00%)
No answer	35 (54,69%)
Other	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	64
geantwortet haben	59
ohne Antwort	1

49) Do you rent the before selected vehicles to tourists?

Yes	0 (0,00%)
Yes, some of them	1 (1,67%)
No answer	40 (66,67%)
No	19 (31,67%)

Summe	60
ohne Antwort	0

50) What kind of vehicles mentioned before do rent to tourists (Please select all matching vehicles)?

Bike(s)	0 (0,00%)
Motorbike(s)	0 (0,00%)
Car with combustion engine	1 (1,64%)
Hybrid car	0 (0,00%)
Electric car	0 (0,00%)
4-Wheel-Drive car	1 (1,64%)
Minivan (up to 5 seats)	0 (0,00%)
Minibus (up to 15 seats)	0 (0,00%)
Small Bus (up to 35 Seats)	0 (0,00%)
Travel coach (up to 61 Seats)	0 (0,00%)
Boat / Ship	0 (0,00%)
Airplanes	0 (0,00%)
No answer	59 (96,72%)
Other	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 61

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

51) Do you use the before selected vehicles to transport tourists as a driver within Georgia?

Yes 23 (38,33%)

Yes, some of them 1 (1,67%)

No answer 36 (60,00%)

No 0 (0,00%)

Summe 60

ohne Antwort 0

52) What kind of vehicles mentioned before do you use to transport tourists within Georgia as a driver (Please select all matching vehicles)?

Bike(s) 0 (0,00%)

Motorbike(s) 0 (0,00%)

Car with combustion engine 10 (15,38%)

Hybrid car 0 (0,00%)

Electric car 0 (0,00%)

4-Wheel-Drive car 12 (18,46%)

Minivan (up to 5 seats) 3 (4,62%)

Minibus (up to 15 seats) 3 (4,62%)

Small Bus (up to 35 Seats) 1 (1,54%)

Travel coach (up to 61 Seats) 0 (0,00%)

Boat / Ship 0 (0,00%)

Airplanes 0 (0,00%)

No answer 36 (55,38%)

Other 0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 65

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

53) Do you think that the price for fuel (GEL per litre) has increased overall since the beginning of the COVID-19 pandemic in March 2020 ?

Yes, more than 50% 11 (18,33%)

Yes, more than 20% 46 (76,67%)

Yes, more than 10% 1 (1,67%)

Yes, more than 5% 0 (0,00%)

No, the fuel is cheaper today. 0 (0,00%)

There was no change in the fuel price 0 (0,00%)

No answer 2 (3,33%)

Summe 60

ohne Antwort 0

54) Is the increasing price for fuel an economic problem for your tourism related business?

Yes 32 (53,33%)

No 12 (20,00%)

No answer 16 (26,67%)

Summe 60

ohne Antwort 0

55) Why is the increasing fuel price an economic problem for you (Please select all matching answers)?festlegen –

There are less tourists and less income 21 (35,00%)

The taxes on fuel are too high 14 (23,33%)

There are occasionally shortages of fuel on the fuel sta 1 (1,67%)

My vehicle uses a lot of fuel (e.g . large engine) 4 (6,67%)

Other 0 (0,00%)

No answer 20 (33,33%)

Summe 60

ohne Antwort 0

56) The European Union plans to ban vehicles with a combustion engine by the year of 2035. Do you think this decision will affect you in any way?

Yes, it will harm my business while it depends on combus 21 (18,26%)

Yes, I won't be able to obtain a wide vareity of used ca 18 (15,65%)

Yes, prices for used cobustion engine cars will rise 30 (26,09%)

Yes, it will strongly effect my business while I can't u 18 (15,65%)

No, this won't affect me at all 9 (7,83%)

I don't know. 19 (16,52%)

No answer	0 (0,00%)
-----------	-----------

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	115
-----------------------------------	-----

geantwortet haben	60
-------------------	----

ohne Antwort	0
--------------	---

Questions about property

57) Do you rent property that you use for touristic purposes ?

Yes	0 (0,00%)
-----	-----------

No	60 (100,00%)
----	--------------

No answer	0 (0,00%)
-----------	-----------

Summe	60
-------	----

ohne Antwort	0
--------------	---

58) Do you own property that you use for touristic purposes ?

Yes	32 (54,24%)
-----	-------------

No	27 (45,76%)
----	-------------

No answer	0 (0,00%)
-----------	-----------

Summe	59
-------	----

ohne Antwort 1

59) Which type of property do you rent and use for touristic purposes (Please select all matching points)?

My private home where I live with my family or alone 0 (0,00%)

External flats or houses (Where I don't live) 0 (0,00%)

Shops, Tourist Agency 0 (0,00%)

Guesthouses, Bed & Breakfast 0 (0,00%)

Camping sites 0 (0,00%)

Hotels 0 (0,00%)

No answer 44 (100,00%)

Other (please specify) 0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 44

geantwortet haben 44

ohne Antwort 16

60) Which type of property do you own and use for touristic purposes (Please select all matching points)?

My private home where I live with my family or alone 11 (17,19%)

External flats or houses (Where I don't live) 11 (17,19%)

Shops, Tourist Agency 5 (7,81%)

Guesthouses, Bed & Breakfast 6 (9,38%)

Camping sites 0 (0,00%)

Hotels	3 (4,69%)
No answer	27 (42,19%)
Other (please specify)	1 (1,56%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 64

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

- Vineyard

61) How do (or did) you fund the property you own and use for touristic purposes?

With my own savings 26 (41,94%)

Taking a loan 11 (17,74%)

Governmental funding programme (also partly funding) 0 (0,00%)

Foreign funding programme (e.g European Union funds, als 1 (1,61%)

Other (please specify) 24 (38,71%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 62

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

62) How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded with your own savings?

Antworten 59

ohne Antwort 1

Minimum	0
Maximum	100
Mittelwert	41,186
Median	100

63) How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by taking a loan?

Antworten	60
ohne Antwort	0
Minimum	0
Maximum	100
Mittelwert	12,5
Median	0

64) How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a governmental fundingprogramme (Also partly funding)?

Antworten	60
ohne Antwort	0
Minimum	0
Maximum	0
Mittelwert	0
Median	0

65) How many percent of your own property that you use for touristic purposes were funded by a foreign funding programme (e.g.European union funds, also partly funding)?

Antworten	60
ohne Antwort	0
Minimum	0
Maximum	20
Mittelwert	0,333
Median	0

66) If you took a loan. Where did you apply for the funding?

Regular Bank (e.g. Bank of Georgia)	4 (6,45%)
Microfinance institute	9 (14,52%)
Friends or relatives	1 (1,61%)
No answer	48 (77,42%)
Other (please specify)	0 (0,00%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	62
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

67) How high was the amount of funding you applied for?

0 - 5000 GEL	0 (0,00%)
5000 - 10000 GEL	6 (10,00%)
10000 - 15000 GEL	4 (6,67%)
15000 - 20000 GEL	0 (0,00%)

More than 20000 GEL 0 (0,00%)

No answer 50 (83,33%)

Summe 60

ohne Antwort 0

68) What is or was the interest rate you have to pay for your funding (in percent %)?

Antworten 59

ohne Antwort 1

Minimum 0

Maximum 41

Mittelwert 6,729

Median 0

Questions about COVID-19

69) Do you think that the COVID-19 pandemic overall will harm the process of tourism development in Georgia for the future?

Yes, it will do severe harm 54 (90,00%)

Yes, it will do a bit harm 4 (6,67%)

No, it will not harm the process, just slow it 2 (3,33%)

No, nothing happens. Development goes on. 0 (0,00%)

I don't know 0 (0,00%)

No answer 0 (0,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

70) Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more national (domestic) Tourists (Georgians) were coming to your area for touristic purposes?

Yes, there were more domestic tourists before the pandemic 17 (28,33%)

No, there have been less domestic tourists coming to my area 0 (0,00%)

The number of domestic tourists coming to my area was the same 40 (66,67%)

No answer 3 (5,00%)

Summe	60
ohne Antwort	0

71) Would you say that before the COVID-19 pandemic in March 2020 more international Tourists (from outside Georgia) were coming to your area for touristic purposes?

Yes, there were more international tourists before the pandemic 59 (98,33%)

No, there have been less international tourists coming to my area 0 (0,00%)

The number of international tourists coming to my area was the same 0 (0,00%)

No answer 1 (1,67%)

Summe	60
ohne Antwort	0

72) From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area before the COVID-19 pandemic in March2020 (Please select all matching regions)?

Adjara	52 (10,79%)
Guria	52 (10,79%)
Imereti	51 (10,58%)
Kakheti	49 (10,17%)
Kvemo Kartli	50 (10,37%)
Mtskheta-Mtianeti	53 (11,00%)
Racha-Lechkhumi and Kvemo Svaneti	40 (8,30%)
Samegrelo-Zemo Svaneti	33 (6,85%)
Samtskhe-Javakheti	44 (9,13%)
Tbilisi	55 (11,41%)
No answer	3 (0,62%)
<hr/>	
Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	482
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

73) From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area before the COVID-19 pandemic in March2020 (Please select all matching regions)?

Germany	35 (8,75%)
Poland	46 (11,50%)
Czech Republic	39 (9,75%)
France	22 (5,50%)

Other EU-Countries	46 (11,50%)
Great Britain	27 (6,75%)
Armenia	6 (1,50%)
Azerbaijan	3 (0,75%)
Iran	4 (1,00%)
Israel	37 (9,25%)
Ukraine	28 (7,00%)
Russian Federation	58 (14,50%)
Other Countries	48 (12,00%)
No answer	1 (0,25%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	400
geantwortet haben	60
ohne Antwort	0

74) From which region did national (domestic) Tourists (Georgians) come to your area after the COVID-19 pandemic in March2020 (Please select all matching regions)?

Adjara	51 (10,67%)
Guria	52 (10,88%)
Imereti	49 (10,25%)
Kakheti	48 (10,04%)
Kvemo Kartli	52 (10,88%)
Mtskheta-Mtianeti	52 (10,88%)
Racha-Lechkhumi and Kvemo Svaneti	40 (8,37%)
Samegrelo-Zemo Svaneti	33 (6,90%)

Samtskhe-Javakheti 43 (9,00%)

Tbilisi 55 (11,51%)

No answer 3 (0,63%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 478

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

75) From which country did international Tourists (outside Georgia) come to your area after the COVID-19 pandemic in March2020 (Please select all matching regions)?

Germany 13 (5,99%)

Poland 19 (8,76%)

Czech Republic 26 (11,98%)

France 5 (2,30%)

Other EU-Countries 23 (10,60%)

Great Britain 8 (3,69%)

Armenia 2 (0,92%)

Azerbaijan 2 (0,92%)

Iran 2 (0,92%)

Israel 4 (1,84%)

Ukraine 8 (3,69%)

Russian Federation 59 (27,19%)

Other Countries 45 (20,74%)

No answer 1 (0,46%)

Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) 217

geantwortet haben 60

ohne Antwort 0

76) Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on your personal economic situation? (Including your family)

Had a very negative effect 33 (55,00%)

Had a mild negative effect 26 (43,33%)

Had no effect 1 (1,67%)

Had a mild positive effect 0 (0,00%)

Had a very positive effect 0 (0,00%)

No answer 0 (0,00%)

Summe 60

ohne Antwort 0

Mittelwert -1,53

Median -2

77) Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the touristic economic situation in Georgia?

Had a very negative effect 60 (100,00%)

Had a mild negative effect 0 (0,00%)

Had no effect 0 (0,00%)

Had a mild positive effect 0 (0,00%)

Had a very positive effect	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-2
Median	-2

78) Would you say that the COVID-19 pandemic had an effect on the general economic situation in Georgia?

Had a very negative effect	60 (100,00%)
Had a mild negative effect	0 (0,00%)
Had no effect	0 (0,00%)
Had a mild positive effect	0 (0,00%)
Had a very positive effect	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0
Mittelwert	-2
Median	-2

79) Do you think that the economic effects of the COVID-19 pandemic will be long-lasting problems for you personally (or yourfamily) and/or for the whole country of Georgia?

Yes, I will have to deal personally with this problems f	0 (0,00%)
Yes, Georgia will have to deal with this problems for a	36 (60,00%)
Yes, both Georgia and I will have to deal with this prob	24 (40,00%)
No, I don't think this problems are long-lasting	0 (0,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

80) Do you think the measures taken by the government to contain the spread of COVID-19 were useful?

They have been very useless	9 (15,25%)
They have been useless	40 (67,80%)
They had no effect	8 (13,56%)
They have been useful	1 (1,69%)
They have been very useful	0 (0,00%)
No answer	1 (1,69%)
<hr/>	
Summe	59
ohne Antwort	1
Mittelwert	-0,92
Median	-1

81) Do you think the government was prepared for the containment of the COVID-19 virus?

Under no circumstances	14 (23,33%)
------------------------	-------------

Not really	39 (65,00%)
A little bit	4 (6,67%)
Yes, they were well prepared	1 (1,67%)
I don't know	0 (0,00%)
No answer	2 (3,33%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

82) Do you think the government did take enough measures to warn and protect the population against the COVID-19 virus?

Under no circumstances	16 (26,67%)
Not really	39 (65,00%)
A little bit	1 (1,67%)
Yes, they were well prepared	1 (1,67%)
I don't know	1 (1,67%)
No answer	2 (3,33%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

83) Do you think it is a good idea to close the borders (air, sea and land borders) to prevent the COVID-19 virus from spreading to Georgia?

Yes	16 (26,67%)
No	24 (40,00%)
I don't know	20 (33,33%)

No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

84) Are you vaccinated with any corona vaccine?

Yes	23 (38,33%)
No	15 (25,00%)
No, but I want to be vaccinated	11 (18,33%)
No answer	11 (18,33%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

85) Are you worried that there will be another infection wave in 2021 in Georgia regarding some new mutant variants of the COVID-19 virus (for example: the delta variation)?

Yes	33 (55,00%)
No	6 (10,00%)
I don't know	21 (35,00%)
No answer	0 (0,00%)
<hr/>	
Summe	60
ohne Antwort	0

Tabelle 10: Auswertungsbogen der Befragung, mit Freitextantworten ohne Prozentwerte (manuell eingetragen) (Quelle: Eigene Darstellung)

8. Literaturverzeichnis

8.1. Monographien

- ABENSTEIN, R. (2016⁴): Griechische Mythologie. Kultur Kompakt 2592. (Ferdinand Schöningh) Paderborn.
- ALI, S. H. (2007): Conclusion: Implementing the Vision of Peace Parks. In: ALI, S. H. Peace parks: Conservation and conflict resolution. Global environmental accord: strategies for sustainability and institutional innovation. (MIT Press) Cambridge, Mass. 333–342.
- BAHRENBERG, G., GIESE, E., MEVENKAMP, N. u. J. NIPPER (2017⁶): Statistische Methoden in der Geographie. Band 1 Univariate und bivariate Statistik. Studienbücher der Geographie. (Borntraeger) Stuttgart.
- BANDYOPADHYAY, R. (2015): Qualitative Research and Its Application in Organizational Management and Social Research. In: HEGDE, D. S. Essays on research methodology. (Springer) New Delhi. 123–158.
- BAUMGARTNER, C. (2021): Nachhaltige Tourismus-Entwicklung. Erfahrungen aus ländlich-alpinen Regionen. In: BRANDL, S., BERG, W., HERNTREI, M., STECKENBAUER, G. C. u. S. Lachmann-Falkner. Tourismus und ländlicher Raum: Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung. Schriften zu Tourismus und Freizeit. Band 25. (Erich Schmidt Verlag) Berlin. 13–32.
- BEER, B. (2020): Systematische Beobachtung. In: BEER, B. u. A. König. Methoden ethnologischer Feldforschung. Ethnologische Paperbacks. (Reimer) Berlin. 55–76.
- BEREKOVEN, L., ECKERT, W. u. P. ELLENRIEDER (2009¹²): Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. (Springer Fachmedien Wiesbaden) Wiesbaden.
- BODEN, D. (2018): Georgien. Ein Länderporträt. Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung Band 10267. (Bundeszentrale für politische Bildung) Bonn.
- BOLASHVILI, N., DITTMANN, A., KING, L. u. V. NEIDZE (Hrsg.) (2018): National atlas of Georgia. To commemorate the 100th anniversary of the foundation of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University. (Franz Steiner Verlag) Stuttgart.
- BREIDENSTEIN, G., HIRSCHAUER, S., KALTHOFF, H. u. B. NIESWAND (2013¹): Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung. utb-studi-e-book 3979. (UTB GmbH) Stuttgart.

- DALTON, D., BERGER, V., KIRCHMEIR, H., ADAMS, V., BOTHA, J., HALLOY, S., HART, R., ŠVARA, V., TORRES RIBEIRO, K., CHAUDHARY, S. u. M. JUNGMEIER (2024): A framework for monitoring biodiversity in protected areas and other effective area-based conservation measures: concepts, methods and technologies. (IUCN, International Union for Conservation of Nature) Gland.
- DEWALT, K. M. u. B. R. DEWALT (2011²): Participant observation. A guide for fieldworkers. (Rowman & Littlefield) Lanham, Md.
- DITTMANN, A. (2017): Geoparks and Geo-Tourism Research in Iran and neighbouring countries. In: DITTMANN, A. Geoparks and geo-tourism in Iran. Schriften zur internationalen Entwicklungs- und Umweltforschung. Vol. 34. (Peter Lang) Frankfurt am Main. 9–16.
- DOWLING, R. K. u. D. NEWSOME (2010): Global Geotourism Perspectives. (Goodfellow Publishers Limited) Woodeaton, Oxford.
- EISENSTEIN, B. u. D. SCHMÜCKER (2021): Overtourism?! Zur Tourismusakzeptanz der Bevölkerung in Deutschland. In: BRANDL, S., BERG, W., HERNTREI, M., STECKENBAUER, G. C. u. S. Lachmann-Falkner. Tourismus und ländlicher Raum: Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung. Schriften zu Tourismus und Freizeit. Band 25. (Erich Schmidt Verlag) Berlin. 33–49.
- ENZENHOFER, E. u. K. RESCH (2012): Unsichtbare Übersetzung? Die Bedeutung der Übersetzungsqualität für das Fremdverstehen in der qualitativen Sozialforschung. In: BETTMANN, R. u. M. Roslon. Going the distance: Impulse für die interkulturelle Qualitative Sozialforschung. (Springer VS) Wiesbaden. 203–229.
- FLICK, U. (Hrsg.) (2018): The Sage handbook of qualitative data collection. Sage reference. (Sage) Los Angeles, California.
- GAMKRELIDZE, I. (2022): Geology. In: BOLASHVILI, N. u. V. Neidze. The Physical Geography of Georgia. (Springer Nature Switzerland) Cham. 7–14.
- GAMKRELIDZE, I., OKROSTSVARIDZE, A., KOIAVA, K. u. F. MAISADZE (2021): Geotourism potential of Georgia, the Caucasus history, culture, geology, geotourist routes and geoparks. (Springer) Cham.
- GELADZE, V., BOLASHVILI, N., KARALSHVILI, T. u. N. MACHAVARIANI (2022): Inland Waters. In: BOLASHVILI, N. u. V. Neidze. The Physical Geography of Georgia. (Springer Nature Switzerland) Cham. 101–125.
- GERHARD, U. u. A. SECKELMANN (2013): Kopf oder Zahl? Vermittlung qualitativer Methoden in der humangeographischen Hochschullehre. In: ROTHFUSS, E. u. T.

- Dörfler. Raumbezogene qualitative Sozialforschung. Research. (Springer VS) Wiesbaden. 267–286.
- GIRTLE, R. (2009⁴): Methoden der Feldforschung. utb-studi-e-book 2257. (UTB GmbH; Böhlau Wien) Stuttgart.
- GRIGORYAN, H. (2024): Die Sicherheitslage im Südkaukasus nach dem Krieg von 2020. In: MÜLLER, A., HARUTYUNYAN, H., HELLER, D. u. M. Tamcke. Das kulturelle Erbe von Arzach: Armenische Geschichte und deren Spuren in Berg-Karabach. (Universitätsverlag Kiel) Kiel. 321–344.
- GUMPPENBERG, M.-C. VON u. U. STEINBACH (2010²): Der Kaukasus. Geschichte - Kultur - Politik. Beck'sche Reihe 1791. (Beck) München.
- HADER, J. J. u. E. LINDEMAN (1999): Dynamic social research. International Library of Psychology Social Psychology 3. (Routledge) London.
- HOLLING, H., ROTH, E. u. K. HEIDENREICH (Hrsg.) (1999⁵): Sozialwissenschaftliche Methoden. Lehr- und Handbuch für Forschung und Praxis. Lehr- und Handbücher der Sozialwissenschaften. (Oldenbourg Wissenschaftsverlag) Berlin, Boston.
- HÜTTEROTH, W.-D. (1959): Bergnomaden und Yaylabauern im mittleren kurdischen Taurus. – Marburger Geographische Schriften 11, Marburg
- HÜTTEROTH, W.-D. u. V. HÖHFELD (2022²): Türkei. Geographie, Geschichte, Wirtschaft, Politik. - Wissenschaftliche Länderkunden, (Wissenschaftliche Buchgesellschaft) Darmstadt.
- KAGERMEIER, A. (2021¹): Overtourism. utb Tourismus, Geowissenschaften, Sozialwissenschaften 5417. (UVK Verlag; Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG) München, Tübingen.
- KAGERMEIER, A. u. E. ERDMENGER (2020): Das Phänomen Overtourism. Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche. In: REIF, J. u. B. Eisenstein. Tourismus und Gesellschaft: Kontakte - Konflikte - Konzepte. Schriften zu Tourismus und Freizeit. Band 24. (Erich Schmidt Verlag) Berlin. 97–110.
- KAPPAS, M. (2009): Klimatologie. (Spektrum Akademischer Verlag).
- KIKODZE, A. (2014¹): საქართველო / Georgia. (Sulakauri Publishing) Tbilisi.
- KIRSTGES, T. (2020¹): Tourismus in der Kritik. Klimaschädigender Overtourism statt sauberer Industrie? utb-studi-e-book 5338. (UTB GmbH; UVK Verlag) Stuttgart, München.
- KLEINING, G. (1995): Qualitativ-heuristische Sozialforschung. Schriften zur Theorie und Praxis. (Rolf Fehner Verlag) Hamburg.

- KROMREY, H., ROOSE, J. u. J. STRÜBING (2016¹³): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung mit Annotationen aus qualitativ-interpretativer Perspektive. UTB 8681. Soziologie. (UVK Verlagsgesellschaft mbh; UVK/Lucius) Konstanz, München.
- KUCKARTZ, U. (2014): Mixed methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren. (Springer VS) Wiesbaden.
- LAMNEK, S. u. C. KRELL (2010): Qualitative Sozialforschung. (Beltz Verlagsgruppe).
- LEHMANN, G. (2022³): Die effektive Befragung. Ein Ratgeber für die Datenerhebung in der beruflichen und wissenschaftlichen Arbeit. (Narr Francke Attempto Verlag) Tübingen.
- LIPARTELIANI, G. (2018): საქართველოს გეოგრაფიული ატლასი (Geographical Atlas Of Georgia). (Palitra L) Tbilisi.
- MATTISSEK, A., PFAFFENBACH, C. u. P. REUBER (2013²): Methoden der empirischen Humangeographie. Das Geographische Seminar. (Westermann) Braunschweig.
- MAYER, H. O. (2013⁶): Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. (Oldenbourg-Verlag) München.
- McCLATCHEY, J. (2012): Global climate and weather. In: HOLDEN, J. An introduction to physical geography and the environment. (Pearson) Harlow. 117–156.
- METREVELI, M. (2006²): ტურიზმის ტერმინების ინგლისურ-ქართული განმარტებითი ლექსიკონი. დაახლოებით 7000 სიტყვა და საილუსტრაციო ფრაზა. English-Georgian Explanatory Dictionary of Tourism Terms. (Stumarmaspinjlobis Industriis Gamoc'emebisa da Treningebis Centri) Tbilisi.
- MEUSER, M. u. U. NAGEL (2009): Das Experteninterview – konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In: PICKEL, S., JAHN, D., LAUTH, H.-J. u. G. Pickel. Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft. (VS Verlag für Sozialwissenschaften) 465–480.
- MOURITZEN, H. (2012): Explaining Foreign Policy. International Diplomacy and the Russo-Georgian War. (Lynne Rienner Publishers) Boulder.
- NEIDZE, V. (2022): Location, Territory, Boundaries. In: BOLASHVILI, N. u. V. Neidze. The Physical Geography of Georgia. (Springer Nature Switzerland) Cham. 1–6.
- PAGE, S. u. J. CONNELL (2020): Tourism. A modern synthesis. (Routledge) Abingdon, New York.
- PRZYBORSKI, A. u. M. WOHLRAB-SAHR (2014⁴): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. Lehr- und Handbücher der Soziologie. (Oldenbourg) München.

- REICHERTZ, J. (2013²): Die Abduktion in der qualitativen Sozialforschung. Über die Entdeckung des Neuen. Qualitative Sozialforschung. (Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint: Springer VS) Wiesbaden.
- RESCH, K. u. E. ENZENHOFER (2018): Collecting Data in Other Languages – Strategies for Cross-Language Research in Multilingual Societies. In: FLICK, U. The Sage handbook of qualitative data collection. Sage reference. (Sage) Los Angeles, California. 131–147.
- RÜDIGER, G. u. R. ULRICH (2013): Allgemeine physische Geographie. In: GEBHARDT, H., RÜDIGER, G., ULRICH, R. u. R. Paul. Geographie: Physische Geographie und Humangeographie. (Spektrum Akademischer Verl.) Heidelberg. 226–639.
- SALDADZE, A. (2018): Untamed. 8000 vintages of Georgian wine. (Sulakauri Publishing) Tbilisi.
- SCHNELL, R. (2019²): Survey-Interviews. Methoden Standardisierter Befragungen. Studienskripten Zur Soziologie Ser. (Springer Gabler. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH) Wiesbaden.
- SCHUMANN, S. (2019⁷): Repräsentative Umfrage. Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren. (De Gruyter Oldenbourg) Berlin/Boston.
- SIKHARULIDZE, K. (2018): Georgian mythology. (Logos) Tbilisi.
- SOFIELD, T. u. S. LI (2005): Heritage. In: JAFARI, J. Encyclopedia of tourism. (Routledge) London. 275–277.
- SPRADLEY, J. P. (1979): The ethnographic interview. (Wadsworth) Belmont CA.
- SPRADLEY, J. P. (1980): Participant observation. (Jovanovich) Fort Worth, Tex.
- STRÜBING, J. (2021⁴): Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung eines pragmatistischen Forschungsstils. Qualitative Sozialforschung. (Springer VS, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH) Wiesbaden.
- THOMAS, S. (2019): Ethnografie. Eine Einführung. Qualitative Sozialforschung. (Springer VS) Wiesbaden.
- TIELIDZE, L., GOBEJISHVILI, R., TUTBERIDZE, B., MARUASHVILI, L., ASTAKHOV, N. u. R. WHEATE (2019a): Long-Term Geomorphic History of Georgia. In: TIELIDZE, L. Geomorphology of Georgia. SpringerLink Bücher. (Springer) Cham. 3–14.

- TIELIDZE, L., TRAPAIÐZE, V., MATCHAVARIANI, L. u. R. WHEATE (2019b): Climate, Hydrography and Soils of Georgia. In: TIELIDZE, L. Geomorphology of Georgia. SpringerLink Bücher. (Springer) Cham. 15–34.
- VALENTIN, S. (2021): Geoparks im Südkaukasus – Die Herausforderung der touristischen Aufwertung einer Region und Werkzeug zum „Peacebuilding“. In: GREB, H. u. H.-G. Röhling. GeoTop 2021: „Geotourismus - echte Chance oder Hype für eine nachhaltige Regionalentwicklung 24. Internationale Jahrestagung der Fachsektion Geotope et GeoParks der DGGV im Nationalen Geopark Vulkanregion Vogelsberg vom 07.10 - 10.10.2021. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Geowissenschaften. Heft 95. (Schweizerbart Science Publishers) Stuttgart. 137–145.
- VALENTIN, S. u. A. STAARMANN (2019): Armenien. In: DITTMANN, A. u. W. Gieler. Staatenlexikon Europa: Geographie, Geschichte, Kultur, Politik und Wirtschaft. (Peter Lang) Berlin. 31–42.
- WAINER, H. (2013): Graphic Discovery. A Trout in the Milk and Other Visual Adventures. (Princeton University Press) Princeton.

8.2. Zeitschriften

- APPLIS, S. (2019): On the influence of mountain and heritage tourism in Georgia: the exemplary case of Ushguli. In: Erdkunde 73 H. 4. S. 259–275.
- APPLIS, S. (2022): Tourismus-Boom in Georgien. Zur Kapitalisierung des kulturellen Erbes am Beispiel der Bergregion Swanetien und Tuschetien. In: Geographische Rundschau Jahrgang 74 H. 10-2022. S. 54–55.
- DITTMANN, A. u. S. VALENTIN: Der neue Krieg im Kaukasus – Geopolitik zwischen Revanchismus, Stellvertreterkonflikt und Hegemonialinteressen. In: Europäische Sicherheit & Technik. H.3. S. 96–97.
- GOLD, R. L. (1958): Roles in Sociological Field Observations. In: Social Forces 36 H. 3. S. 217–223.
- GÓRKA-WINTER, B. (2020): Georgia and COVID-19. The miracle of social and institutional resilience. In: New Eastern Europe XLII H. June-August No. 4. S. 80–82.
- MORGAN, D. L. (2007): Paradigms Lost and Pragmatism Regained. In: Journal of Mixed Methods Research 1 H. 1. S. 48–76.

MOSSIG, I. (2012): Stichproben, Stichprobenauswahlverfahren und Berechnung des minimal erforderlichen Stichprobenumfangs. In: Beiträge zur Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung 2012 H. 1-2012.

SPITTLER, G. (2001): Teilnehmende Beobachtung als Dichte Teilnahme. In: Zeitschrift für Ethnologie 126 H. 1. S. 1–25.

8.3. Graue Literatur

DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION E. V. (2022): UNESCO- Geoparks Vom geologischen Erbe zu einer nachhaltigen Zukunft. Modellregionen für nachhaltige Entwicklung. Bonn.

Raumabgrenzungen und Raumtypen des BBSR (2012). Analysen Bau.Stadt.Raum. Bonn.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS (2010): International Recommendations for Tourism Statistics 2008. 1. (United Nations Publications) Madrid, New York.

VALENTIN, S. (2019): Geoparks in Georgien. Konzeption zur Erstimplementierung eines nationalen Geoparksystems in Georgien am Beispiel der Region Kachetien und des Vashlovani Nationalparks. Gießen.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2018): ‚Overtourism‘? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. (UNWTO) Madrid.

8.4. Internetquellen

AGENCY OF PROTECTED AREAS (2021): UNESCO - World Natural Heritage Site in Georgia. Abrufbar unter: <https://apa.gov.ge/ge/unesco> (letzter Abruf: 03.03.2024).

AGENDA.GE (2020): ‚Remotely from Georgia‘: new state programme to allow foreigners to travel to, work remotely from Georgia. Abrufbar unter: <https://agenda.ge/en/news/2020/2654#gsc.tab=0> (letzter Abruf: 03.03.2024).

AZERBAIJAN TOURISM BOARD (2024): COVID-19 Restrictions & Advisory. Abrufbar unter: <https://azerbaijan.travel/covid-19-en> (letzter Abruf: 03.03.2024).

BANK OF GEORGIA (2024): Mortgage loan calculator. Abrufbar unter: <https://bankofgeorgia.ge/en/retail/loans/mortgage-loans> (letzter Abruf: 03.03.2024).

BAYRISCHE STAATSREGIERUNG (2023): Bedeutung des Tourismus für die bayerische Wirtschaft. Abrufbar unter: <https://www.bayern.de/bedeutung-des-tourismus-fr-die>

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2020): International Travel (Residence) (2020). Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/05/2020-eng.xlsx>. (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2021): International Travel (Residence) (2021). Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/05/2021-ENG.xlsx>. (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2022a): Georgian Tourism in Figures. Structure & Industry Data 2022. Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2023/09/2022-eng-1.pdf>. (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2022b): International Travel (Residence) (2022). Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/05/2022-eng-1.xlsx>. (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2023b): International Travel (Residence) (2023). Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/05/2023-eng.xlsx>. (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2023a): Aviation. Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2023/07/Aviation-2023-June.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2023c): International Travel (Residence) 2011-2023. Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/06/2011-2023up-2-1-2.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2024a): Economic Indicators 2024. Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/04/economic-indicators.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEORGIAN NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION (2024b): International Visitor Survey. Abrufbar unter: <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2024/02/International-Visitor-Survey-2023.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

GEOSTAT - NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA (2023): Population as of 1 January by cities and boroughs. Abrufbar unter: <https://geostat.ge/media/53040/1-3-population-by-cities-and-boroughs.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (o.J.): Tracing the German Heritage of the South Caucasus. Abrufbar unter: https://gnta.ge/wp-content/uploads/2023/02/21x25_9-9-22.pdf (letzter Abruf: 03.03.2024).

KAKABADZE, S. (2021): What Does the Data Say: Partisan Divide and Skepticism towards Vaccines in Georgia? Abrufbar unter: <https://gip.ge/what-does-the-data-say-partisan-divide-and-skepticism-towards-vaccines-in-georgia/> (letzter Abruf: 03.03.2024).

LAURIG, L. (2019): Georgien: Wie der Massentourismus das Land kaputt macht. Abrufbar unter: <https://www.zeit.de/zett/2019-11/georgien-wie-der-massentourismus-das-land-kaputt-macht> (letzter Abruf: 03.03.2024).

LOMSADZE, G. (2021): Awaiting the COVID vaccine, Georgians are split between skeptical and eager. More than 40 percent of Georgians say they don't want to get the jab, which could complicate public health efforts when the vaccines finally arrive. Abrufbar unter: <https://eurasianet.org/awaiting-the-covid-vaccine-georgians-are-split-between-skeptical-and-eager> (letzter Abruf: 03.03.2024).

LOMSADZE, G. (2022): Junked American cars do a roaring business in Georgia. When cars die in the U.S., they often find a second life in the Caucasus. Giorgi Lomsadze Sep 8, 2022. Abrufbar unter: <https://eurasianet.org/junked-american-cars-do-a-roaring-business-in-georgia> (letzter Abruf: 03.03.2024).

MARTIROSYAN, L. (2024): Armenia-Azerbaijan Border Tensions and Relationship Dynamics. What Is Russia's Agenda? Abrufbar unter: <https://www.freiheit.org/germany/armenia-azerbaijan-border-tensions-and-relationship-dynamics-what-russias-agenda> (letzter Abruf: 03.03.2024).

MICRO BUSINESS CAPITAL (2019): Mortgage Loan. Abrufbar unter: <https://mbc.com.ge/en/products/mortgage-loan> (letzter Abruf: 03.03.2024).

NATIONAL BANK OF GEORGIA (2024a): Monetary Policy Rate. Abrufbar unter: <https://nbg.gov.ge/en/page/monetary-policy-rate> (letzter Abruf: 03.03.2024).

NATIONAL BANK OF GEORGIA (2024b): Non-Bank Institutions. Abrufbar unter: <https://nbg.gov.ge/en/page/non-bank-institutions> (letzter Abruf: 03.03.2024).

NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA (2024a): Average Annual Fuel Prices in Georgia. Abrufbar unter: <https://automobile.geostat.ge/en/fuel> (letzter Abruf: 03.03.2024).

NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA (2024b): Population as of 1st January by age and sex (single years of age). Abrufbar unter: <https://geostat.ge/media/61914/02-1-population-by-age-and-sex.xlsx> (letzter Abruf: 03.03.2024).

OANDA FX DATA SERVICES (2024): Historisches Wechselkurs EUR-Georgischer Lari August 2022. Abrufbar unter: <https://www.oanda.com/currency-converter/de/?from=EUR&to=GEL&amount=1> (letzter Abruf: 03.03.2024).

- PARLIAMENT OF GEORGIA (2014): 1958-II Organic Law of Georgia / Local Self-government Code. Abrufbar unter: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2244429?publication=72> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- PARLIAMENT OF GEORGIA (2023): ტურიზმის შესახებ (Law about tourism). Abrufbar unter: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/6012850?publication=0> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- PARLIAMENT OF GEORGIA (2024): Irakli Kobakhidze. Abrufbar unter: <https://parliament.ge/en/parliament-members/5615/activity> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- PRESIDENTIAL OFFICE OF GEORGIA (2024): Biography of Salome Zourabchvili. Abrufbar unter: <https://president.ge/index.php?m=196&lng=eng> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- RAT DER EUROPÄISCHEN UNION (2022): Erste Maßnahme zu „Fit für 55“ beschlossen: EU verschärft CO2-Emissionsziele für neue Personenkraftwagen und leichte Nutzfahrzeuge. Abrufbar unter: <https://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2022/10/27/first-fit-for-55-proposal-agreed-the-eu-strengthens-targets-for-co2-emissions-for-new-cars-and-vans/> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2020): Bevölkerung in Deutschland im Jahr 2019 auf 83,2 Millionen gestiegen. Pressemitteilung Nr. 223 vom 19. Juni 2020. Abrufbar unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/06/PD20_223_12411.html (letzter Abruf: 03.03.2024).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2024): Bruttowertschöpfung der Tourismuswirtschaft. Abrufbar unter: <https://sdg-indikatoren.de/8-9-1/> (letzter Abruf: 03.03.2024).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2023): 78 % mehr Reisen ins Ausland im Jahr 2022 als im Vorjahr, aber 13 % weniger als vor Corona. Abrufbar unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/07/PD23_279_45.html (letzter Abruf: 03.03.2024).
- THE PRESIDENT OF GEORGIA (2023): საქართველოს პრეზიდენტი იმის შესახებ, თუ როგორ მდგომარეობაშია მისი ქვეყანა უკრაინის ომიდან ერთი წლის შემდეგ. Abrufbar unter: https://president.ge/index.php?m=211&news_id=1850&lng=geo (letzter Abruf: 03.03.2024).
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (2015): Statutes of the International Geoscience and Geoparks Programme. Abrufbar unter:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260675> (letzter Abruf: 03.03.2024).

WISSENSCHAFTLICHE DIENSTE DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES (2008): WD 1 - 089/08 Zum Begriff Europas in geographischer und kultureller Hinsicht. Abrufbar unter:

<https://webarchiv.bundestag.de/archive/2016/0617/blob/411756/43843f5a92c5695ffd1927969f629584/wd-1-089-08-pdf-data.pdf> (letzter Abruf: 03.03.2024).

8.5. Gesetze

VOIGT, P. u. A. von dem BUSSCHE (2018¹): EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Praktikerhandbuch. (Springer Berlin Heidelberg) Berlin, Heidelberg.