

Split 2026 – Touristische Übernutzung, Preisabschöpfung und die Entwertung eines außergewöhnlichen Stadtraums

Eine tourismuswirtschaftliche Analyse von Tragfähigkeit, Preis-Leistungs-Verhältnis und Ortsqualität im Vergleich mit Brač und anderen mediterranen Destinationen

Prof. Dr. Christoph Ph. Schließmann

MCI Innsbruck, Tourismuswirtschaft

Stand: 21. August 2026

Vorbemerkung

Split gehört zu jenen Destinationen, bei denen hohe touristische Nachfrage und hohe touristische Qualität nicht mehr selbstverständlich dasselbe bedeuten. Die Stadt besitzt mit dem Diokletianpalast, dem historisch gewachsenen Zentrum, der Riva, dem Hafen und dem Marjan eine Kombination, die im europäischen Mittelmeerraum außergewöhnlich ist. Ihr touristischer Wert beruht nicht nur auf einzelnen Sehenswürdigkeiten, sondern auf ihrem Zusammenhang. Der spätantike Palast ist kein isolierter archäologischer Bezirk, sondern seit Jahrhunderten bewohnter Stadtraum. Die Riva war und ist nicht lediglich eine touristische Promenade, sondern ein öffentlicher Raum der Stadt. Der Marjan bildet unmittelbar neben dem historischen Zentrum den landschaftlichen Gegenpol zur urbanen Verdichtung.

Gerade diese Verbindung machte Split über Jahrzehnte besonders. Sie ist gleichzeitig jene Ressource, die gegenwärtig unter Druck gerät.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf amtliche Tourismus- und Verkehrsstatistiken, den im Juni 2026 vorgelegten Entwurf des Destinationsmanagementplans Split 2026–2029, Daten der kroatischen Nationalbank und der kroatischen Regierung, internationale Vergleichsdaten sowie tourismusökonomische Forschung zu Preisbildung, Preisfairness und Preiselastizität. Ergänzend fließt eine qualitative Langzeitbeobachtung des Autors ein, der Split seit mehr als zwei Jahrzehnten aus unterschiedlichen Entwicklungsphasen kennt und die Stadt im August 2026 erneut tagsüber und nachts intensiv beobachtet hat.[1]

Diese qualitative Ebene ersetzt keine Statistik. Sie besitzt aber einen Erkenntniswert, den eine aktuelle Besucherbefragung nicht leisten kann: Sie erlaubt den Vergleich desselben Stadtraums über einen Zeitraum, in dem sich seine bauliche Substanz relativ wenig, seine touristische Nutzung jedoch erheblich verändert hat.

Der unmittelbare Eindruck des Augusts 2026 ist dabei wesentlich kritischer, als es die weiterhin hohen aggregierten Gästezufriedenheitswerte zunächst vermuten lassen. In den

touristischen Kernzonen erscheint Split heute in Teilen nicht mehr als historische Stadt, in der Touristen zu Gast sind, sondern als touristischer Produktionsraum, innerhalb dessen städtisches Leben fortbestehen muss. Auf engstem Raum überlagern sich Ferienwohnungen, Gastronomie, Tagesbesucher, Reisegruppen, Gepäckverkehr, Nachtökonomie, Hafen- und Busverkehr sowie ein nahezu permanenter Strom wechselnder Gäste.

Hinzu kommen in der Hochsaison wiederkehrende Abfall- und Geruchssituationen, erheblicher Verkehrsdruck, ein teilweise unzureichend wirkendes öffentliches Leistungsniveau und ein Preisniveau, das gerade im Zentrum und an der Riva inzwischen hohe Erwartungen an Service, Sauberkeit und Qualität erzeugt. Der Marjan kann seine Funktion als natürlicher Gegen- und Entlastungsraum nur noch eingeschränkt erfüllen, wenn auch dort stark frequentierte Bereiche, Zufahrten und infrastrukturelle Arbeiten in die Wahrnehmung des Aufenthalts eingreifen.

Das Ergebnis ist nicht der Niedergang einer historischen Stadt. Split besitzt weiterhin eine außergewöhnliche Substanz. Die kritischere Diagnose lautet vielmehr, dass diese Substanz in der Hauptsaison zunehmend durch die Bedingungen ihrer eigenen touristischen Verwertung überlagert wird.

Genau darin besteht die zentrale These dieser Studie: **Split hat 2026 nicht nur ein Mengenproblem. Im touristischen Kern zeigen sich bereits Merkmale einer qualitativen Übernutzung, bei der der wirtschaftliche Erfolg der Destination beginnt, den Gebrauchswert ihres eigenen Produktes zu mindern.**

1. Hohe Nachfrage ist kein Nachweis touristischer Tragfähigkeit

Split hatte nach der Volkszählung 2021 160.577 Einwohner. Im Jahr 2024 wurden 1.004.567 touristische Ankünfte und 2.961.618 Übernachtungen registriert. Zum 1. August 2025 waren im eVisitor-System 40.653 Betten verzeichnet; bei der für Tragfähigkeitsanalysen aussagekräftigeren Zahl der tatsächlich genutzten Betten waren es 2025 33.518.[2]

Die Nachfrage stieg 2025 weiter. Nach dem Anfang März 2026 ausgewerteten eVisitor-Datenbestand verzeichnete Split 1.075.135 Ankünfte und 3.213.066 Übernachtungen. Das entsprach gegenüber 2024 einem Zuwachs von 3,35 Prozent bei den Ankünften und 2,65 Prozent bei den Übernachtungen. Rund 69,8 Prozent sämtlicher Übernachtungen entfielen allein auf Juni bis September. Die höchsten Werte wurden im Juli und August erreicht.[3]

Auch 2026 ist bislang kein grundlegender Einbruch der Attraktivität erkennbar. Im Juni gehörte Split mit rund 413.000 Übernachtungen ausländischer Gäste weiterhin zu den am stärksten nachgefragten Einzelzielen des Landes.[4]

Aus klassischer touristischer Sicht sind dies Erfolgszahlen.

Tourismuswirtschaftlich sagen sie jedoch zunächst nur aus, dass Nachfrage vorhanden ist und dass touristische Kapazität verkauft werden kann. Sie beantworten weder die Frage, welche Qualität unter diesen Bedingungen produziert wird, noch ob Infrastruktur, Wohnungsmarkt und öffentlicher Raum dieser Nachfrage nachhaltig gewachsen sind.

Die Unterscheidung ist fundamental. Ein ausgebuchtes Restaurant kann eine hervorragende Leistung erbringen. Es kann ebenso aufgrund seiner Lage und Frequenz ausgebucht sein, obwohl seine Qualität sinkt. Ein Flughafen kann Rekordpassagierzahlen erzielen und gleichzeitig unter Kapazitätsproblemen leiden. Hohe Auslastung beweist, dass ein Markt vorhanden ist. Sie beweist nicht, dass das System unter dieser Auslastung gut funktioniert.

Für Destinationen gilt dasselbe.

Die bislang verbreitete politische Gleichung, wonach zusätzliche Ankünfte und Übernachtungen grundsätzlich zusätzliche touristische Wertschöpfung und damit einen Erfolg darstellen, ist für Split deshalb nicht mehr ausreichend. Je stärker ein räumlich begrenztes System ausgelastet ist, desto wichtiger werden Grenzkosten: zusätzliche Verkehrsbelastung, zusätzlicher Wasserverbrauch, zusätzliche Abfallmengen, höhere Flächenkonkurrenz und die mögliche Verringerung der Erlebnisqualität der bereits vorhandenen Gäste.

Ab einem bestimmten Punkt kann eine zusätzliche touristische Einheit privaten Umsatz erzeugen und gleichzeitig den destinationsweiten Nettoertrag verringern.

2. Das eigentliche Problem Splits ist die Konzentration

Die touristische Intensität Splits erschließt sich nur unzureichend aus den Zahlen der Gesamtstadt. Entscheidend ist ihre räumliche Verteilung.

Der Destinationsmanagementplan teilt Split deshalb in unterschiedliche Funktionsräume auf. Die Zone „Središnji Split“ umfasst den zentralen historischen Bereich einschließlich der touristisch am stärksten nachgefragten Teile der Stadt. 2025 befanden sich dort 43,6 Prozent aller tatsächlich genutzten touristischen Betten. Gleichzeitig war die Auslastung mit 104,7 Übernachtungen je Bett höher als in allen anderen untersuchten Zonen.[5]

Noch aussagekräftiger ist die Relation zwischen touristischer Kapazität und Bevölkerung. Für Split insgesamt wurden 2024 24,8 kommerzielle beziehungsweise zusätzlich saisonal genutzte Betten je 100 Einwohner errechnet. Im zentralen Split lag der Wert bei 73,6, im Küsten- und Badebereich bei 45,0. Im übrigen Stadtgebiet wurden 10,9 erreicht.[6]

An touristischen Spitzentagen kamen im zentralen Split durchschnittlich 0,48 stationäre Touristen auf einen permanenten Einwohner. Für die Gesamtstadt betrug die Relation lediglich 0,17.[7]

Diese Kennzahl unterschätzt die tatsächliche Nutzungsdichte im historischen Zentrum sogar, weil Tagesbesucher, viele Fährpassagiere, Kreuzfahrtgäste und Besucher aus dem Umland nicht vollständig darin enthalten sind.

Gerade darin liegt der strukturelle Unterschied zu vielen größeren mediterranen Städten. Split besitzt keine breite räumliche Verteilung seines touristischen Kernproduktes. Diokletianpalast, Peristyl, Riva, Pjaca, Marmontova, Matejuška, Hafen, Busbahnhof und Teile der stark nachgefragten Gastronomie liegen in unmittelbarer räumlicher Nachbarschaft.

Der Gast kann diesem Druck kaum ausweichen, ohne genau jene Teile der Stadt zu verlassen, wegen derer er gekommen ist.

Damit unterscheidet sich Split grundlegend von einer Metropole wie Barcelona. Dort können einzelne touristische Gebiete massiv überlastet sein, während große Teile der Stadt weiterhin primär als Wohn-, Geschäfts- und Arbeitsstadt funktionieren. Split besitzt diese urbane Redundanz nur sehr begrenzt.

Die touristische Tragfähigkeit wird deshalb nicht durch die Gesamtfläche Splits bestimmt.

Sie wird durch die wenigen Quadratkilometer bestimmt, in denen sich beinahe alles konzentriert.

3. Die historische Substanz bleibt – die Qualität ihrer Wahrnehmung verändert sich

Diese räumliche Verdichtung führt zu einem Qualitätsverlust, der in traditionellen Tourismusstatistiken kaum sichtbar wird.

Der Diokletianpalast verliert durch hohe Besucherzahlen selbstverständlich nicht seine historische Bedeutung. Die Mauern bleiben dieselben. Der Peristyl wird nicht weniger außergewöhnlich, weil dort mehr Menschen stehen.

Verändert wird jedoch die Möglichkeit, den Ort zu erleben.

Historische Stadträume beziehen einen erheblichen Teil ihres Wertes aus Proportion, Atmosphäre, Bewegung, Geräusch und dem Verhältnis zwischen bebautem und frei nutzbarem Raum. Eine Gasse, in der sich Menschen frei bewegen, kann als außergewöhnlicher historischer Raum wahrgenommen werden. Dieselbe Gasse kann unter hoher Frequenz vor allem als Durchgang funktionieren. Ein Platz kann urbaner Aufenthaltsraum oder eine Stelle sein, an der Besucherströme abgefertigt werden.

Die physische Attraktion bleibt identisch.

Der touristische Gebrauchswert sinkt.

Genau dieser Prozess ist in Split während der Hochsaison zunehmend zu beobachten. Im August 2026 konkurriert die Wahrnehmung der historischen Stadt permanent mit gastronomischer Möblierung, touristischer Beschilderung, Reisegruppen, Rollkoffern, Warteschlangen, kurzfristig wechselnden Apartmentgästen und einer sehr hohen Dichte kommerzieller Angebote.

Das bedeutet nicht, dass Kommerz in einer historischen Stadt illegitim wäre. Split war immer Handels-, Hafen- und Lebensraum.

Problematisch wird die Entwicklung dann, wenn eine einzige Nutzung andere Funktionen zunehmend verdrängt und am Ende sogar die Attraktion selbst überlagert.

Die Einwohner nehmen diesen räumlichen Strukturwandel bereits deutlich wahr. 84,1 Prozent der im Rahmen des Destinationsplans Befragten waren der Auffassung, dass Tourismus den Stadtraum erheblich verändert habe; 62,5 Prozent bewerteten diese Veränderungen negativ.[8]

Damit lässt sich eine zentrale Entwicklung präziser formulieren: **Split verliert nicht seine historische Schönheit. Die Stadt verliert in der Hochsaison zunehmend die Bedingungen, unter denen diese Schönheit wahrgenommen werden kann.**

Das ist keine semantische Spitzfindigkeit. Für den wirtschaftlichen Wert einer Destination ist dieser Unterschied entscheidend.

4. Die Riva zeigt die Verschiebung vom Stadtraum zum touristischen Produktionsraum

Besonders deutlich wird diese Veränderung an der Riva.

Die Riva ist formal eine Promenade, funktional war sie jedoch immer wesentlich mehr. Sie war öffentlicher Treffpunkt, sozialer Raum, Bühne der Stadt und Übergang zwischen historischem Zentrum und Meer.

Gerade diese Mehrfachfunktion begründet ihren touristischen Wert.

Mit steigender touristischer Intensität verschiebt sich das Verhältnis. Gastronomie, Besucherströme, Veranstaltungsnutzung, Ausflugs- und Hafenverkehr konkurrieren gleichzeitig um denselben Raum. Damit kann seine kommerzielle Produktivität pro Quadratmeter steigen, während seine nichtkommerzielle Aufenthaltsqualität sinkt.

Ein solcher Verlust taucht nicht in einer Übernachtungsstatistik auf.

Er besitzt trotzdem einen wirtschaftlichen Wert.

Wer an der Riva eine Unterkunft, ein Essen oder einen Kaffee bezahlt, bezahlt implizit auch für die Qualität des Umfeldes. Die Lageprämie entsteht nicht aus dem Getränk oder dem Zimmer allein, sondern aus dem Stadtraum, der sie umgibt.

Wird dieser Stadtraum durch Überbelegung, Lärm, Verschmutzung oder übermäßige Kommerzialisierung weniger attraktiv, sinkt die Gegenleistung, während der Standortpreis gleichzeitig weiter steigen kann.

Genau darin entsteht die für Split derzeit typische Preis-Leistungs-Dissonanz: **Die touristische Nutzung erhöht den Preis des Ortes und verringert gleichzeitig einen Teil seiner Qualität.**

5. Der Marjan kann den Belastungsdruck nur noch begrenzt kompensieren

Traditionell besitzt Split mit dem Marjan einen außergewöhnlichen Vorteil. Nur wenige Minuten vom hochverdichteten Zentrum entfernt beginnt ein großer Landschafts- und Erholungsraum. Dieser Kontrast erhöht die Qualität der gesamten Destination.

Auch diese Entlastungsfunktion sollte 2026 allerdings nicht idealisiert werden.

Der nördliche Teil des Waldparks wurde zum 1. Mai wieder geöffnet. Gleichzeitig dauern Straßenarbeiten oberhalb des Instituts für Ozeanographie an; der Tourismusverband weist ausdrücklich auf weiterhin verkehrende Baustellenfahrzeuge und entsprechende Einschränkungen hin.[9]

Solche Arbeiten sind selbstverständlich temporär und kein Beleg für Overtourism.

Entscheidend ist der größere Zusammenhang. Bei hoher Nutzung der beliebten Zugänge, Strände und Aussichtsräume tritt auch der Marjan zunehmend in den touristischen Gesamtbetrieb der Stadt ein. Er ist weiterhin ein bedeutender Rückzugsraum, aber kein vollständig vom Hochsaisonbetrieb getrennter Gegenpol mehr.

Gerade im Vergleich mit Brač ist dieser Unterschied relevant. Auf Brač kann man Bol oder Supetar verlassen und innerhalb relativ kurzer Zeit in Räume gelangen, in denen der Tourismus deutlich weniger dominant ist. Split besitzt diese räumliche Reserve nicht in vergleichbarer Form.

Wenn Zentrum, Küstenbereiche und stark nachgefragte Teile des Marjan gleichzeitig intensiv genutzt werden, sinkt die Möglichkeit, innerhalb der Destination selbst auszuweichen.

6. Müll und Geruch sind keine Nebensache, sondern Teil des touristischen Produktes

Die im August 2026 wiederholt wahrgenommene Geruchs- und Abfallproblematik lässt sich nicht seriös in die Behauptung übersetzen, Split sei 2026 statistisch „schmutziger“ als im Vorjahr. Eine entsprechende vollständige August-Zeitreihe liegt zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht vor.

Der strukturelle Befund ist dagegen ausgesprochen deutlich.

71,7 Prozent der im Jahr 2025 befragten Einwohner bezeichneten unangemessen abgelagerten Abfall während der Tourismussaison als erhebliches Problem.[10] Noch bemerkenswerter ist die Geruchswahrnehmung. 67,8 Prozent der Befragten sahen unangenehme Gerüche aus Containern, Kanalisation oder Lüftungsanlagen während der Saison als großes Problem. Im zentralen Split betrug der Wert 65 Prozent, im weiteren Stadtgebiet sogar 72,6 Prozent.[11]

Das Entsorgungssystem besitzt gleichzeitig keine unbegrenzten Reserven. Nach Angaben des kommunalen Entsorgers wurden während der Hochsaison rund 75 Prozent der maximalen operativen Kapazität für gemischten kommunalen Abfall genutzt. Der Destinationsmanagementplan formuliert deshalb ausdrücklich das Ziel, die Belastung dauerhaft unter 80 Prozent der maximalen operativen Kapazität zu halten.[12]

Die Feldbeobachtung des Augusts 2026 trifft damit auf einen klar dokumentierten strukturellen Hintergrund.

Gerade in einem heißen mediterranen Sommer muss Abfallwirtschaft zudem nicht vollständig ausfallen, um die Aufenthaltsqualität sichtbar zu beeinträchtigen. Bereits punktuelle Verzögerungen reichen aus. Organischer Abfall entwickelt bei hohen Temperaturen innerhalb kurzer Zeit Gerüche, die in einer engen historischen Straße wesentlich stärker wahrnehmbar sind als in einem großzügigeren modernen Stadtraum.

Für eine hochpreisige Destination ist dies kein kommunalpolitisches Randthema.

Sauberkeit und Geruch gehören zur Leistung.

Ein Ort kann kunsthistorisch Weltklasse sein und touristisch trotzdem an Qualität verlieren, wenn sein öffentliches Umfeld unangenehm riecht.

7. Der Verkehr ist nicht allein touristisch verursacht – der Tourismus verschärft aber genau die falschen Engpässe

Split besitzt unabhängig vom Fremdenverkehr Verkehrsprobleme. Der Destinationsmanagementplan selbst beschreibt die Busanbindung grundsätzlich als gut, die Infrastruktur jedoch als schwach; die Eisenbahninfrastruktur wird als veraltet bewertet.[13]

Tourismus ist daher nicht für jeden Stau verantwortlich.

Die besondere Lage des Verkehrsknotens verschärft jedoch das Problem. Fährhafen, Busbahnhof und Bahnstation liegen unmittelbar neben dem historischen Zentrum. Im zweiten Quartal 2026 wurden allein im Seehafen Split 1.475.764 Passagiere abgefertigt.[14]

Diese Zahl darf nicht als 1,48 Millionen zusätzliche Touristen interpretiert werden. Viele Menschen befinden sich lediglich auf dem Weg nach Brač, Hvar, Vis oder zurück aufs Festland. Für Straßen, Fußgängerflächen und den Hafenbereich ist die statistische Unterscheidung jedoch begrenzt relevant. Transit und touristischer Aufenthalt beanspruchen dieselbe Infrastruktur.

Die Einwohnerbefragung bestätigt entsprechend einen hohen Belastungsgrad. 82,3 Prozent der Befragten bezeichneten Verkehrsstaus während der Tourismussaison als großes Problem.[15]

Damit ergibt sich ein typisches Zusammenspiel von allgemeinem urbanem Defizit und touristischer Spitzenlast. Der Tourismus schafft das Verkehrsproblem nicht allein, verschärft

es aber ausgerechnet in den Monaten und Räumen, die ohnehin am stärksten beansprucht sind.

Für das Gästeerlebnis spielt auch hier keine Rolle, welcher Anteil eines Staus „touristisch“ und welcher „städtisch“ verursacht ist.

Der Gast erlebt den Stau.

8. Der Wohnungsmarkt verändert den Charakter des historischen Zentrums

Von größerer langfristiger Bedeutung als eine einzelne überfüllte Straße ist die Umnutzung des Wohnungsbestandes.

Im zentralen Split waren 2024 22,6 Prozent der Wohneinheiten touristisch genutzt.[16] Gleichzeitig stammen fast zwei Drittel der tatsächlich genutzten touristischen Betten der Gesamtstadt aus privaten Haushaltsunterkünften. Hotels stellten 2025 lediglich 15,7 Prozent.[17]

Diese Struktur unterscheidet Split erheblich von stärker hotelbasierten Städtedestinationen. Touristische Nutzung findet nicht ausschließlich in eigens dafür errichteten Gebäuden statt, sondern dringt unmittelbar in den normalen Wohnungsbestand ein.

Für einen einzelnen Eigentümer ist diese Nutzung betriebswirtschaftlich nachvollziehbar. Eine zentral gelegene Wohnung kann während der Saison als Kurzzeitunterkunft einen erheblich höheren Ertrag erzielen als in einer langfristigen Vermietung.

Die Summe dieser Entscheidungen verändert jedoch die Stadt.

71,3 Prozent der befragten Einwohner bewerteten die Umwandlung von Wohnungen in touristische Apartments negativ für die Lebensqualität.[18] 82,7 Prozent waren mit der Verfügbarkeit von Wohnraum zu akzeptablen Preisen unzufrieden.[19]

Auch hier ist Vorsicht mit Kausalität notwendig. Immobilienpreise entstehen nicht ausschließlich durch Tourismus. Zinsen, Einkommen, Baukosten, Grundstücksangebot, ausländische Nachfrage und allgemeine kroatische Immobilienmarktbedingungen spielen ebenfalls eine Rolle.

Die tourismuswirtschaftliche Wirkung liegt jedoch nicht allein im Preis.

Mit jeder dauerhaft touristisch genutzten Wohnung sinkt die ganzjährige Nachfrage nach bestimmten lokalen Dienstleistungen und steigt die Nachfrage nach touristischen Angeboten. Ein Haushaltswarengeschäft kann einem Souvenirladen weichen, ein normales Lebensmittelgeschäft einem Convenience-Angebot für Kurzzeitgäste, eine Nachbarschaftsgastronomie einer touristisch standardisierten Speisekarte.

55,1 Prozent der befragten Einwohner sind der Auffassung, dass der Tourismus Angebote verdrängt, die für die lokale Bevölkerung wichtig sind.[20]

Damit verändert sich nicht lediglich der Wohnungsmarkt, sondern die Funktion des Stadtviertels.

Gerade beim Diokletianpalast ist dies strategisch problematisch. Sein internationaler Wert besteht nicht nur darin, dass antike Mauern erhalten sind. Die Besonderheit liegt darin, dass aus dem Palast eine lebende Stadt geworden ist.

Wenn die Wohnfunktion zunehmend verschwindet, kann die historische Architektur perfekt erhalten bleiben und der Ort dennoch einen Teil seiner Authentizität verlieren.

9. Die Nachtökonomie zeigt, dass die Nutzungskonflikte inzwischen regulatorisch behandelt werden müssen

Split hat sich parallel als Kulturstadt, Stranddestination, Inselgateway und internationaler Partyort entwickelt. Diese Kombination ist wirtschaftlich attraktiv, verursacht im engen historischen Zentrum aber erhebliche Nutzungskonflikte.

Dass das Problem institutionell längst erkannt ist, zeigt das kommunale Ordnungsrecht. Öffentliches Erbrechen, Verrichten der Notdurft und bestimmte Formen öffentlichen Alkoholkonsums können mit 300 Euro sanktioniert werden. Für das Schlafen auf öffentlichen Plätzen, Parkflächen und in Parks sind 150 Euro vorgesehen.[21]

Der Tourismusverband formuliert selbst ungewöhnlich deutlich, dass Split nicht den Ruf einer Stadt haben wolle, in der „alles erlaubt“ sei, und verweist auf problematisches Verhalten durch alkoholisierte Besucher.[22]

Am 19. August 2026 – also während der laufenden Hochsaison – trat darüber hinaus ein saisonales nächtliches Verkaufsverbot für Alkohol in Kraft. Vom 1. Juni bis 15. September dürfen Einzelhandel und Kioske zwischen 21 und 6 Uhr keine alkoholischen Getränke verkaufen. Die Stadt begründet die Regelung ausdrücklich mit Lärm, Störungen der öffentlichen Ordnung, Verschmutzung und dem Schutz des kulturellen Erbes.[23]

Diese Maßnahmen sind sachlich nachvollziehbar.

Sie zeigen aber auch die Grenzen eines rein verhaltensorientierten Ansatzes. Bußgelder können Fehlverhalten reduzieren. Sie verändern nicht die Zahl gleichzeitig anwesender Menschen, die hohe Dichte touristischer Unterkünfte oder die Belastung des öffentlichen Raums.

Eine Destination, die auf extreme Nutzungsintensität überwiegend mit Verhaltensregeln reagiert, behandelt Symptome.

Kapazitätsmanagement beginnt erst dort, wo die Menge selbst zum Gegenstand politischer Entscheidungen wird.

10. Der scheinbare Widerspruch: Die Gäste sind weiterhin sehr zufrieden

Eine kritische Analyse muss einen Befund ernst nehmen, der zunächst gegen die vorangegangene Diagnose zu sprechen scheint.

Split erreicht weiterhin hohe Gästezufriedenheitswerte. Der Destinationsmanagementplan weist einen Gesamtzufriedenheitsindex von 90,5 aus. 64,7 Prozent der Befragten werden als Promotoren und nur 4,7 Prozent als Kritiker ausgewiesen, woraus sich ein Net Promoter Score von 60 ergibt.[24]

Auch einzelne Produktbereiche werden sehr positiv bewertet. 91,7 Prozent zeigten sich mit Atmosphäre und Ambiente zufrieden, 86 Prozent mit der Gastronomie.[25]

Diese Werte sind nicht wegzudiskutieren. Sie zeigen, dass Split weiterhin ein ausgesprochen starkes Produkt besitzt.

Sie sagen allerdings nicht, dass weiteres Wachstum problemlos möglich ist.

Zum einen stammen wesentliche Gästedaten aus der Befragung 2024 und umfassen Aufenthalte über mehrere Monate. Sie messen nicht isoliert die Erfahrung eines hochbelasteten Augusttages 2026.

Zum anderen beurteilen Einwohner und Touristen denselben Ort aus unterschiedlichen Perspektiven. Ein Gast kann eine dichte, lebendige Altstadt für drei Tage faszinierend finden. Ein Bewohner erlebt denselben Lärm, dieselbe Parkplatzsuche und dieselbe Wohnungsmarktentwicklung über Jahre.

Die Diskrepanz zwischen beiden Gruppen ist beträchtlich. Nur 19,7 Prozent der Einwohner sind mit der touristischen Entwicklung zufrieden.[26]

Das ist für die langfristige Stabilität einer Destination problematischer als eine einzelne schlechte Gästebewertung.

Eine Stadt kann touristisch attraktiv bleiben, während die Bevölkerung zunehmend die Kosten des Modells trägt. Langfristig gefährdet diese Entwicklung gerade jene lokale Urbanität, die Bestandteil des touristischen Produktes ist.

11. Auch die gastronomische Durchschnittszufriedenheit darf Qualitätsvolatilität nicht verdecken

Die persönliche Beobachtung des Augusts 2026 fiel insbesondere bei der Gastronomie deutlich kritischer aus als der aggregierte Zufriedenheitswert von 86 Prozent.

Beides kann gleichzeitig zutreffen.

Eine Destination kann sehr gute Restaurants besitzen und trotzdem einen erheblichen Anteil mittelmäßiger Hochfrequenzgastronomie entwickeln. Ein Mittelwert beschreibt die durchschnittliche Wahrnehmung, nicht die Varianz des Leistungsangebotes.

Gerade diese Varianz ist bei steigenden Preisen wichtig.

In einem normalen Wohnquartier besitzt ein Restaurant einen starken Anreiz, Wiederholungsgeschäft aufzubauen. Es muss lokale Gäste überzeugen, erneut zu kommen. In einer extrem frequentierten touristischen Lage kann ein Betrieb einen größeren Teil seiner Nachfrage aus ständig wechselnder Laufkundschaft beziehen.

Damit muss Lage Qualität nicht vollständig ersetzen. Sie kann sie aber teilweise substituieren.

Für Split entsteht daraus ein Reputationsproblem. Wenn ein Besucher bei einem hohen Preis zufällig eine hervorragende Leistung erhält, bestätigt dies die Premiumpositionierung. Trifft er zu demselben Preis auf eine durchschnittliche oder schlechte Leistung, entsteht nicht lediglich Unzufriedenheit mit einem Restaurant. Er stellt das Preis-Leistungs-Verhältnis der Destination infrage.

Eine hochwertige Destination braucht deshalb nicht nur Spitzenbetriebe.

Sie braucht eine ausreichend geringe Wahrscheinlichkeit, zu einem hohen Preis eine schlechte Leistung zu erhalten.

Diese Konsistenz des Angebotes wird in üblichen Zufriedenheitskennzahlen nur begrenzt sichtbar.

12. Der Preis ist 2026 zu einem strategischen Problem geworden

Der Preis ist inzwischen weit mehr als eine subjektive Beschwerde.

Im Juli 2026 lagen die kroatischen Verbraucherpreise insgesamt 3,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. Restaurants und Beherbergungsleistungen verteuerten sich um 6,3 Prozent, Dienstleistungen insgesamt um 8,5 Prozent.[27]

Für Split existiert kein eigener Verbraucherpreisindex. Es wäre deshalb wissenschaftlich nicht haltbar, eine exakte durchschnittliche Vertauung der Riva, des Diokletianpalastes oder der lokalen Gastronomie zu behaupten.

Die Einwohnerwahrnehmung ist dennoch eindeutig. 83,9 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass Tourismus einen starken Einfluss auf Restaurant- und Cafépreise hat.[28]

Der entscheidende Punkt reicht aber über Inflation hinaus.

Touristische Preise folgen in der Hochsaison häufig einer nachfrageorientierten Logik. Lage, Knappheit und Zahlungsbereitschaft spielen eine wesentlich größere Rolle als die Veränderung der zugrunde liegenden Kosten.

Das ist weder rechtswidrig noch betriebswirtschaftlich ungewöhnlich. Dynamic Pricing und Revenue Management sind in Hotels, Fluggesellschaften und anderen kapazitätsgebundenen Dienstleistungen etablierte Verfahren. Ihr Ziel besteht ausdrücklich darin, eine begrenzte Kapazität zum wirtschaftlich optimalen Preis an verschiedene Kundensegmente zu verkaufen.[29]

Problematisch wird diese Logik dort, wo der höchste kurzfristig realisierbare Preis mit einem langfristig nachhaltigen Marktpreis verwechselt wird.

13. Ein bezahlter Preis beweist nicht, dass der Gast ihn akzeptiert hat

Gerade in Split ist diese Unterscheidung entscheidend.

Wer bereits im August in der Altstadt sitzt, hat Unterkunft, Anreise, Urlaubstage und möglicherweise weitere Leistungen disponiert. Seine kurzfristige Nachfrage ist deshalb nicht dieselbe wie seine langfristige Entscheidung für die Destination.

Der Gast kann einen hohen Preis bezahlen, weil seine Alternativen im konkreten Moment eingeschränkt sind.

Er kann die Rechnung begleichen und trotzdem überzeugt sein, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht stimmt.

Ökonomisch war die Transaktion erfolgreich.

Aus Sicht der langfristigen Kundenbeziehung kann sie bereits gescheitert sein.

Die Forschung zur dynamischen Preisbildung bestätigt diese Differenz. Alderighi und Mitautoren zeigen anhand von Booking.com-Daten, dass deutliche Preisunterschiede die wahrgenommene Preisfairness beeinträchtigen können. Besonders Preisunterschiede zwischen vergleichbaren Aufenthaltsperioden und Produkttypen wirken negativ auf die Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses.[30]

Damit müssen drei Größen sauber getrennt werden: der tatsächlich bezahlte Transaktionspreis, die kurzfristige Zahlungsbereitschaft unter den konkreten Reisebedingungen und die langfristige Wertwahrnehmung des Kunden.

Sie sind nicht identisch.

Für Split ist dies deshalb bedeutsam, weil hohe Riva- oder Altstadtpreise kurzfristig sehr gut durchsetzbar sein können, ohne damit automatisch strategisch sinnvoll zu sein.

14. Der Gast kann bezahlen und sich gleichzeitig gegen Split entscheiden

Tourismus besitzt gegenüber vielen Alltagskäufen eine besondere zeitliche Struktur.

Die negative Reaktion auf einen Preis muss nicht unmittelbar eintreten.

Ein Gast kann seinen gesamten Aufenthalt ordnungsgemäß bezahlen, sich aber nach der Rückkehr entscheiden, im folgenden Jahr nicht wiederzukommen. Diese Entscheidung erscheint erst Monate später in der Nachfrage.

Damit entsteht eine erhebliche Zeitverzögerung zwischen Ursache und Marktreaktion.

Gerade bei etablierten Destinationen kann diese Verzögerung lang sein. Wiederholungsbesucher haben Gewohnheiten, emotionale Bindungen, Kenntnisse der Region und eine geringe Informationsunsicherheit. Solche Faktoren stabilisieren Nachfrage.

Die Forschung zu reifen Sun-and-Sea-Destinationen zeigt entsprechend, dass Wiederholungsbesucher eine hohe Loyalität entwickeln können, diese jedoch eng mit Zufriedenheit und der wahrgenommenen Qualität der zentralen Produktbestandteile verbunden bleibt.[31]

Der heute abgeschöpfte Gast kann damit kurzfristig einen hohen Umsatz erzeugen und langfristig einen wesentlich geringeren Customer Lifetime Value besitzen.

Eine Destination, die nur auf den aktuellen Preis und die aktuelle Auslastung schaut, erkennt diese Entwicklung erst, wenn sie bereits stattgefunden hat.

15. Preiselastizität kann lange gering erscheinen und sich anschließend deutlich verändern

Die Frage der Preiselastizität ist deshalb für Split ebenso relevant wie für Brač.

Touristische Nachfrage besitzt keine konstante Preiselastizität. Eine Meta-Analyse von 195 internationalen Studien zeigt erhebliche Unterschiede nach Herkunftsmarkt, Destination, Zeitraum und Modellansatz.[32]

Einzelne Untersuchungen zeigen zugleich, dass relative touristische Preise durchaus starke Nachfrageeffekte besitzen können. Seetaram, Forsyth und Dwyer ermittelten für ihren untersuchten Markt unter Verwendung eines touristischen Preiswettbewerbsindexes eine Elastizität von etwa $-1,07$. Dieser Wert ist selbstverständlich nicht auf Split übertragbar. Er zeigt aber, dass Tourismus keineswegs grundsätzlich preisunelastisch ist.[33]

Für Split ist vor allem der Unterschied zwischen kurzfristiger und langfristiger Elastizität relevant.

Der Gast auf der Riva besitzt im konkreten Moment nur begrenzte Alternativen.

Der Gast, der im Januar seinen nächsten Sommerurlaub plant, kann zwischen Kroatien, Griechenland, Spanien, Italien, Türkei, Montenegro und zahlreichen anderen Destinationen wählen.

Der gleiche Kunde kann deshalb heute preisunelastisch und bei der nächsten Reiseentscheidung hochgradig preiselastisch sein.

Das macht eine Abschöpfungspreisstrategie gefährlich. Mehrere Jahre hoher Auslastung können die Illusion erzeugen, dass der Markt beinahe jeden Preis akzeptiert. In Wirklichkeit kann sich die Anpassung zunächst innerhalb der Destination vollziehen: weniger Restaurantbesuche, weniger Getränke, kürzere Aufenthalte oder ein Wechsel in günstigere Unterkunfts-kategorien.

Erst danach wird möglicherweise die Destination selbst substituiert.

Die Übernachtungszahl kann damit ein Spätindikator sein.

16. Kroatiens Preiswettbewerbsfähigkeit zeigt bereits erste Risse

Dass es sich dabei nicht um eine theoretische Warnung handelt, zeigt die kroatische Nationalbank.

Die HNB stellte fest, dass die tourismusbezogenen Preise Kroatiens zwischen Anfang 2022 und Ende September 2024 kumuliert um nahezu 50 Prozent gestiegen waren. Die Zunahme lag erheblich über vielen mediterranen Wettbewerbern; das kroatische Preisniveau näherte sich dem EU-Durchschnitt und lag nach der HNB-Analyse bereits über Spanien und Griechenland.[34]

Die jüngste makroökonomische Projektion geht noch weiter. Die Nationalbank schreibt ausdrücklich, dass hohe Hotel- und Restaurantpreise die Wettbewerbsfähigkeit des kroatischen Tourismussektors schwächen und weiteres Wachstum durch eine geringere ausländische Nachfrage bremsen können.[35]

Noch interessanter ist die Entwicklung der realen touristischen Einnahmen. Für 2025 stellt die HNB fest, dass die realen Dienstleistungsexporte deutlich zurückgingen. Kreditkartendaten ausländischer Besucher deuteten darauf hin, dass der Rückgang realer Tourismuseinnahmen stärker ausgefallen sein könnte als der Rückgang der physischen Übernachtungszahlen. Daraus schließt die Bank auf einen Rückgang des durchschnittlichen realen Konsums je Tourist und verbindet dies ausdrücklich mit einer Verschlechterung der Preiswettbewerbsfähigkeit gegenüber mediterranen Konkurrenten.[36]

Genau dieser Zusammenhang ist für Split strategisch entscheidend.

Eine volle Stadt kann wirtschaftlich schwächer werden, wenn der einzelne Gast angesichts hoher Preise seine Ausgaben reduziert.

Besucherzahl und Wertschöpfung müssen nicht parallel verlaufen.

17. Selbst die kroatische Regierung hält das reine Mengenmodell inzwischen für ausgereizt

Die politische Sprache hat sich entsprechend verändert.

Im Mai 2026 erklärte die kroatische Regierung, der Tourismus habe mit rund 22 Millionen Ankünften und 110 Millionen Übernachtungen die Grenze seines mengenmäßigen Wachstums erreicht. Künftig müsse insbesondere auf eine intelligente und wettbewerbsfähige Preisstrategie gegenüber anderen mediterranen Destinationen geachtet werden.[37]

Bereits 2025 hatte der Tourismusminister vor einer Preisentwicklung gewarnt, bei der höhere Preise nicht durch entsprechende Qualitätssteigerungen gedeckt seien.

Für Split folgt daraus eine klare Konsequenz.

Eine Destination, die räumlich bereits stark konzentriert ist, kann eine schwächer werdende Wertschöpfung nicht sinnvoll mit noch mehr Hochsaisongästen kompensieren.

Wenn der Preis steigt und die Qualität nicht proportional folgt, ist zusätzliches Volumen keine Lösung.

Es verschärft das Problem.

18. Ein möglicher Nachfragebruch wäre für Split betriebswirtschaftlich schwerer als ein schleichender Rückgang vermuten lässt

Es wäre unseriös, für Split einen bevorstehenden zweistelligen Nachfragerückgang zu prognostizieren. Die aktuelle Nachfrage ist weiterhin hoch und die Attraktivität der Stadt erheblich.

Genauso unseriös wäre jedoch die Annahme, eine lange Phase hoher Auslastung garantiere eine dauerhaft geringe Preiselastizität.

Touristische Märkte können auf relative Preisveränderungen mit Verzögerung reagieren. Unterschiedliche Kundensegmente besitzen unterschiedliche Schwellen. Zunächst fallen preisempfindlichere Gäste aus, während einkommensstärkere oder besonders loyale Kunden bleiben. Damit kann sich der Durchschnittsgast sogar kaufkräftiger entwickeln, während der Markt bereits Marktanteile verliert.

Wird eine kritische Differenz zu konkurrierenden Destinationen erreicht, kann die Reaktion deutlicher werden.

Das betriebswirtschaftliche Risiko ist aufgrund hoher Fixkosten erheblich. Hotels, Restaurants und andere touristische Unternehmen können ihre Kosten bei einem

Nachfragerückgang nicht proportional reduzieren. Finanzierung, Mieten, Personalgrundbestand, Energie und Infrastruktur bestehen weitgehend weiter.

Ein Rückgang um zwei oder drei Prozent lässt sich häufig absorbieren.

Ein hoher zweistelliger Rückgang würde dagegen die Ertragslage wesentlich stärker treffen als die prozentuale Gästezahl vermuten lässt.

Die rationale Preisstrategie einer reifen Destination darf deshalb nicht danach fragen, welcher Preis in diesem August maximal durchsetzbar ist.

Sie muss fragen, welcher Preis über mehrere Jahre hinweg die höchste nachhaltige Wertschöpfung erzeugt.

19. Gerade an der Riva wird der Widerspruch von Preis und Ortsqualität sichtbar

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Vor-Ort-Beobachtung des Augusts 2026 eine größere Bedeutung.

An der Riva und in Teilen des historischen Zentrums wird ein hoher touristischer Standortaufschlag verlangt. Das ist marktwirtschaftlich nachvollziehbar. Die Lage ist knapp und international begehrt.

Dieser Aufschlag wird aber nicht für die Speise, das Getränk oder die Unterkunft allein bezahlt.

Der Gast bezahlt für Split.

Er bezahlt für den Blick, die Atmosphäre, den öffentlichen Raum, die Geschichte und die Erfahrung einer mediterranen Stadt.

Wenn genau diese Bestandteile gleichzeitig durch extreme Besucherströme, Müllgeruch, Verkehr, überladene öffentliche Räume und eine schwankende gastronomische Leistung beeinträchtigt werden, entsteht ein struktureller Widerspruch.

Der Preis der Lage steigt, während ein Teil des Lagewertes sinkt.

Aus Sicht der kurzfristigen Preisabschöpfung kann dieses Modell weiterhin hervorragend funktionieren. Die Frequenz ist hoch genug, die Plätze werden gefüllt, die Unterkunft wird gebucht.

Aus Sicht einer langfristigen Destinationsstrategie ist es riskant.

Denn ein Premiumpreis erhöht nicht nur den Erlös.

Er erhöht die Erwartung.

20. Nizza zeigt, dass hohe Preise nicht zwangsläufig dasselbe Problem erzeugen

Nizza eignet sich deshalb als wichtiger Vergleich.

Auch dort sind die Küste, die Altstadt und die Promenade in der Hochsaison intensiv genutzt. Die Destination ist seit Jahrzehnten hochpreisig. Trotzdem ist die touristische Produktionsstruktur anders.

Allein die Kommune Nizza verfügte Anfang 2026 über 163 Hotels mit 10.919 Zimmern, darunter 59 Vier- und sechs Fünfsternhotels.[38]

Diese Zahlen lassen sich nicht direkt mit den Splitter Bettenzahlen vergleichen. Sie zeigen jedoch eine wesentlich stärker institutionalisierte Hotellerie.

Hotels bündeln Gepäck, Reinigung, Rezeption, Service und Entsorgung in eigens dafür vorgesehenen Gebäuden. Split verteilt einen wesentlich höheren Teil seiner Kapazität über private Wohnungen im normalen Stadtraum.

Nizzas hohe Preise sind zudem historisch Teil einer lang entwickelten Marktpositionierung. Die kommunale und touristische Infrastruktur ist über Jahrzehnte mit diesem Modell gewachsen.

Das bedeutet nicht, dass Nizza keine Touristenfallen oder Qualitätsprobleme besitzt.

Der Unterschied liegt in der Konsistenz.

Ein sehr hoher Preis trifft dort häufiger auf ein System, das ebenfalls auf ein Hochpreissegment ausgerichtet ist.

Split hat sein Preisniveau schneller internationalisiert, als Teile seines öffentlichen und privaten Leistungssystems mitgewachsen sind.

21. Barcelona zeigt, dass eine erfolgreiche Destination irgendwann Nachfrage begrenzen muss

Barcelona ist erheblich größer und leidet in absoluten Zahlen unter stärkeren Overtourismfolgen als Split.

2026 erhöhte die Stadt beziehungsweise Katalonien die touristische Abgabenbelastung erheblich. Gleichzeitig hält Barcelona am Ziel fest, die rund 10.000 bestehenden Lizenzen für kurzfristige touristische Wohnungen bis 2028 auslaufen zu lassen.[39]

Der relevante Punkt ist nicht, ob jede dieser Maßnahmen erfolgreich sein wird.

Barcelona hat politisch akzeptiert, dass touristische Nachfrage und Beherbergungskapazität nicht automatisch maximiert werden sollten.

Dies markiert eine wichtige Entwicklungsstufe reifer Destinationen.

Split steht heute an demselben Grundproblem, allerdings in einem viel kleineren räumlichen System.

22. Dubrovnik zeigt, wie aus einem Overtourismproblem tatsächliches Kapazitätsmanagement entstehen kann

Noch relevanter ist der kroatische Vergleich mit Dubrovnik.

Die OECD führt Dubrovnik 2026 ausdrücklich als Beispiel aktiver Besuchersteuerung an. Kreuzfahrtankünfte werden entzerrt; maximal zwei Kreuzfahrtschiffe sollen gleichzeitig abgefertigt werden. Die Zahl der Souvenirstände wurde um 80 Prozent reduziert, die von gastronomischen Betrieben beanspruchte Zahl an Tischen und Stühlen im öffentlichen Raum um rund 30 Prozent. Hinzu kommen Besucherzählung, Crowd Prediction, Park-and-Ride und eine besondere Verkehrszone um den historischen Kern.[40]

Dubrovnik ist dadurch weder leer noch günstig geworden.

Der entscheidende Unterschied besteht darin, dass die Stadt inzwischen akzeptiert, dass bestimmte touristische Nutzungen quantitativ begrenzt werden müssen.

Split hat diesen Punkt bislang nur teilweise erreicht.

Ordnungsregeln gegen öffentliches Erbrechen oder Alkoholkonsum sind Verhaltensmanagement.

Zonale Obergrenzen für Beherbergung und tatsächliche Besucherlenkung wären Kapazitätsmanagement.

23. Venedig zeigt, wohin eine zu spät begonnene Steuerung führen kann

Venedig befindet sich hinsichtlich touristischer Funktionalisierung in einer wesentlich extremeren Situation als Split.

2026 wird die Zugangsabgabe an 60 ausgewählten Tagen zwischen April und Juli erhoben. Wer frühzeitig registriert, zahlt fünf Euro; kurzfristige Besucher zehn Euro. Das System besitzt allerdings keine absolute Tagesobergrenze.[41]

Deshalb ist es keine Lösung, die Split einfach kopieren sollte.

Es zeigt aber eine grundsätzliche Entwicklung. Irgendwann wird in hochbelasteten historischen Destinationen auch der Tagesbesucher zum Gegenstand von Planung.

Das ist für Split besonders relevant, weil ein erheblicher Teil der Belastung des historischen Zentrums außerhalb der klassischen Übernachtungsstatistik entsteht.

Fährgäste, regionale Besucher und Kreuzfahrtpassagiere müssen in einer vollständigen Tragfähigkeitsbetrachtung mitgerechnet werden.

24. Neapel und Palermo können rauer sein und trotzdem ein konsistenteres Wertangebot erzeugen

Der Vergleich mit Neapel und Palermo ist auf der Wahrnehmungsebene naheliegend, wenn Müll, Verkehr, Gerüche und urbane Unordnung betrachtet werden.

Strukturell sind die Fälle unterschiedlich.

Palermo verzeichnete 2025 rund 916.000 touristische Ankünfte und etwa 2,1 Millionen offizielle Übernachtungen. Gegenüber 2019 waren die Übernachtungen um mehr als 30 Prozent gestiegen.[42]

Auch Neapel erlebt inzwischen eine massive touristische Expansion. Ende November 2025 waren dort mehr als 10.000 außerhotelmäßige Beherbergungsbetriebe gegenüber lediglich 181 Hotels registriert.[43]

Beide Städte können daher längst nicht mehr als vom Tourismus unberührte urbane Gegenmodelle bezeichnet werden.

Sie besitzen jedoch einen erheblich größeren Stadtkörper und eine stärkere eigenständige Wirtschafts-, Wohn- und Gastronomiestruktur. Ein großer Teil ihres Alltags existiert unabhängig vom Besucher.

Das beeinflusst auch die Preiswahrnehmung.

Neapel kann chaotisch sein und gleichzeitig eine außerordentlich starke, eigenständige gastronomische Leistung zu Preisen bieten, die den Besucher einen klaren Gegenwert erkennen lassen.

Ein rauer Stadtraum ist nicht automatisch ein schlechtes touristisches Produkt.

Problematisch wird es, wenn urbane Defizite mit einem hohen touristischen Preis und einer standardisierten Leistung zusammentreffen.

Genau darin liegt Splits spezifisches Risiko.

25. Marseille zeigt ebenfalls, dass urbane Rauheit und Overtourism zwei verschiedene Dinge sind

Marseille verfügte Anfang 2026 über 104 Hotels mit 7.660 Zimmern.[44] Die Stadt besitzt soziale, infrastrukturelle und städtebauliche Probleme, die weitaus tiefer reichen als der Tourismus.

Daher wird ein ähnlicher optischer oder geruchlicher Eindruck unterschiedlich bewertet.

Wer Marseille besucht, erwartet eine große, raue Hafenstadt.

Split vermarktet dagegen eine außergewöhnlich schöne historische Adriastadt.

Je höher das Markenversprechen, desto größer ist die negative Wirkung einer Diskrepanz zwischen Erwartung und Realität.

Das erklärt, weshalb Split einen Besucher stärker enttäuschen kann als eine objektiv ungeordnetere Stadt.

Nicht der absolute Mangel entscheidet.

Die Differenz zwischen versprochener und erhaltener Leistung entscheidet.

26. Der Vergleich mit Brač zeigt zwei unterschiedliche Stadien desselben Grundkonflikts

Die unmittelbar gegenüberliegende Insel Brač bietet für Split einen besonders aufschlussreichen Vergleich.

Bol weist rechnerisch sogar wesentlich höhere touristische Intensitätskennzahlen auf als das Zentrum Splits. Der dortige Destinationsplan kommt an Spitzentagen auf 3,48 stationäre Touristen je Einwohner und auf 684 kommerzielle beziehungsweise zusätzlich saisonal berücksichtigte Betten je 100 Einwohner.[45]

Diese Werte liegen weit über den 0,48 stationären Touristen je Einwohner beziehungsweise 73,6 Betten je 100 Einwohner im zentralen Split.

Trotzdem wirkt Split unter Hochlast in mancher Hinsicht problematischer.

Das zeigt, weshalb eine einzelne Intensitätskennzahl Overtourism nicht erklärt.

Bol ist räumlich stärker als Ferienort strukturiert und besitzt außerhalb seines Zentrums und Zlatni Rat erhebliche Ausweichräume. Große Teile Bračs sind touristisch deutlich weniger intensiv genutzt.

Split besitzt diese Reserve nur eingeschränkt.

Vor allem aber liegt in Split das höchste touristische Interesse exakt auf jenem Raum, der zugleich den höchsten historischen und urbanen Wert besitzt.

Damit trifft Übernutzung direkt das Kernprodukt.

Auf Brač ist der gefährdete Kapitalstock stärker die Landschaft.

In Split ist es die Qualität des Stadtraums.

Dieser Unterschied hat erhebliche strategische Konsequenzen.

27. Brač kann Landschaft verlieren – Split kann Urbanität verlieren

Bei Brač besteht das langfristige Risiko darin, bislang wenig überformte Landschaft sukzessive in Ferienimmobilien, Straßen und touristische Infrastruktur zu übersetzen.

Bei Split besteht das Problem stärker in der funktionalen Transformation bereits bebauter Räume.

Ein römischer Palast verschwindet nicht, weil zu viele Ferienwohnungen entstehen.

Was verschwinden kann, ist die alltägliche Stadt zwischen den Mauern.

Genau deshalb ist die Wohnungsfrage in Split mehr als Sozialpolitik. Sie ist Teil des touristischen Produktmanagements.

Je stärker dauerhaftes Wohnen aus dem historischen Zentrum verdrängt wird, desto stärker nähert sich der Ort einem touristisch organisierten historischen Quartier an.

Er bleibt schön.

Er wird aber austauschbarer.

Das ist wirtschaftlich gefährlich, weil die touristische Nachfrage gerade von jener Authentizität profitiert, die durch die touristische Nachfrage selbst reduziert wird.

28. Der neue Destinationsmanagementplan ist deshalb ein notwendiger Strategiewechsel

Der 2026 vorgelegte Entwurf des Destinationsmanagementplans stellt gegenüber früheren Tourismusstrategien einen qualitativen Fortschritt dar.

Er arbeitet nicht nur mit Marketingzielen, sondern definiert zonale Tragfähigkeitswerte.

Für den zentralen Split soll eine maximale Größenordnung von 80 kommerziellen Betten je 100 Einwohner gelten, im Küstenbereich 50, im weiteren Stadtgebiet 15 und im grünen Hinterland 25.[46]

Gleichzeitig sollen bestimmte Mindestverhältnisse zwischen touristischer Nutzung und dauerhaft bewohnten Wohnungen eingehalten werden. Im Zentrum wird ein Verhältnis von höchstens einer touristischen Nutzung zu drei dauerhaft bewohnten Wohnungen vorgeschlagen, im weiteren Stadtgebiet 1 zu 20.[47]

Auch die Beherbergungsstruktur soll verändert werden. Der Anteil von Hotels und Campingkapazität an den kommerziellen Kapazitäten soll auf 30 Prozent steigen.[48]

Diese Zielwerte sind zum Untersuchungszeitpunkt noch nicht endgültig beschlossene Obergrenzen. Der Plan befindet sich bis zum 10. September 2026 im öffentlichen Konsultationsverfahren.[49]

Trotzdem markieren sie einen Paradigmenwechsel.

Die Frage lautet nicht mehr ausschließlich, wie Split mehr Nachfrage gewinnen kann.

Erstmals wird systematisch gefragt, wie viel touristische Nutzung bestimmte Stadtgebiete noch vertragen sollen.

29. Der entscheidende Test wird sein, ob aus Planung tatsächliche Begrenzung wird

Hier liegt allerdings der politische Kern.

Ein Destinationsplan verändert noch keine Destination.

Solange zusätzliche touristische Nutzung für den einzelnen Eigentümer wirtschaftlich attraktiv bleibt, bestehen starke private Anreize zur Ausweitung.

Ein Eigentümer profitiert von einer weiteren touristisch vermieteten Wohnung. Ein Gastronom profitiert von zusätzlichen Tischen. Ein Veranstalter profitiert von zusätzlichen Teilnehmern.

Die externen Kosten werden dagegen verteilt.

Der zusätzliche Müll wird durch ein kommunales System entsorgt.

Der zusätzliche Verkehr betrifft alle.

Der Verlust einer dauerhaft bewohnten Wohnung verändert das gesamte Quartier.

Der zusätzliche Lärm trifft Nachbarn.

Damit kann die Summe einzelwirtschaftlich rationaler Entscheidungen destinationswirtschaftlich irrational werden.

Genau deshalb braucht eine hochintensive Destination verbindliche Steuerung.

30. Saisonverlängerung ist nur dann Entlastung, wenn die Hochsaison nicht weiter wächst

Split verfolgt zu Recht das Ziel, touristische Nachfrage stärker auf Frühjahr und Herbst zu verteilen.

Die Zahlen 2025 zeigen bereits, dass ein Teil des zusätzlichen Wachstums außerhalb von Juli und August stattfindet.[50]

Das ist grundsätzlich positiv.

Saisonverlängerung allein löst aber kein Kapazitätsproblem.

Wenn Juli und August auf maximaler Belastung bleiben und zusätzlich April, Mai, September und Oktober wachsen, wird die Saison lediglich länger.

Eine tatsächlich nachhaltige Entzerrung setzt voraus, dass zusätzliche Wertschöpfung außerhalb der Spitze die Notwendigkeit weiteren Spitzenwachstums ersetzt.

Der Maßstab sollte deshalb nicht lauten, wie viele zusätzliche Oktoberübernachtungen erzielt wurden.

Entscheidend ist, ob die Hochsaison weniger dominierend wird.

31. Split braucht eine andere Preisstrategie

Gleiches gilt für die Preisentwicklung.

Eine marktgerechte Strategie kann selbstverständlich mit hohen Preisen arbeiten. Der Wert des historischen Zentrums ist knapp, die internationale Nachfrage hoch.

Entscheidend ist aber, ob der Preis aus einer hochwertigen Differenzierung entsteht oder vor allem aus der momentanen Fähigkeit zur Abschöpfung.

Für Split wäre deshalb ein systematisches Preis-Leistungs-Monitoring sinnvoll. Nicht einzelne Rechnungen, sondern repräsentative Warenkörbe touristischer Leistungen sollten über Zeit und gegenüber Konkurrenzdestinationen verglichen werden.

Relevant wären nicht nur Hotel- und Apartmentpreise, sondern typische Restaurantleistungen, Getränke, Mobilität, Strand- und Ausflugsangebote.

Gleichzeitig müsste die Qualitätsstreuung gemessen werden.

Eine Destination mit hohem Preisniveau kann sich langfristig weniger qualitative Ausreißer nach unten leisten.

32. Der wichtigste Frühindikator könnte der Konsum je Gast sein

Die HNB-Daten zeigen, weshalb die klassische Fixierung auf Übernachtungszahlen problematisch ist.

Wenn der reale Konsum je ausländischem Gast sinkt, während die Zahl der Übernachtungen vergleichsweise stabil bleibt, ist dies möglicherweise bereits die erste Stufe einer Nachfrageanpassung.[51]

Für Split sollte deshalb stärker untersucht werden, wie sich Ausgaben je Gast, Aufenthaltsdauer, Restaurantumsätze, Zusatzkonsum und Wiederkehrquote entwickeln.

Ein Gast, der weiterhin kommt, aber weniger konsumiert, erzeugt dieselbe physische Belastung bei geringerer lokaler Wertschöpfung.

Das wäre gerade für eine räumlich hochbelastete Stadt eine besonders ungünstige Entwicklung.

33. Die relevante Erfolgskennzahl ist der Netto-Destinationswert

Die klassische Kennzahl „Übernachtungen“ ist deshalb nicht abzuschaffen, aber neu einzuordnen.

Für eine Destination wie Split wäre ein Netto-Destinationswert sinnvoller.

Er müsste touristische Wertschöpfung mit öffentlichem und privatem Ressourcenverbrauch verbinden. Dazu gehörten unter anderem reale Ausgaben je Gast, Wasser- und Abfallintensität, Verkehr, Wohnungsmarkteffekte, Zufriedenheit der Bevölkerung, Wiederkehrwahrscheinlichkeit und Zustand des öffentlichen Raums.

Damit würde sich auch die Bewertung einer zusätzlichen touristischen Einheit ändern.

Ein weiterer Gast im April, der mehrere Tage bleibt und hochwertige lokale Leistungen konsumiert, kann einen sehr hohen Nettoeffekt besitzen.

Ein zusätzlicher Gast in der ersten Augushälfte im bereits ausgelasteten Zentrum kann wesentlich geringeren zusätzlichen Nutzen erzeugen.

Eine quantitative Wachstumsstrategie behandelt beide gleich.

Ein echtes Destination Management darf das nicht.

Gesamtbilanz

Split befindet sich im Sommer 2026 nicht in einer touristischen Nachfragekrise. Die Stadt ist international attraktiv, die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen bleibt hoch, und die systematisch erhobene Gästezufriedenheit bestätigt, dass ein großer Teil der Besucher den Aufenthalt weiterhin positiv bewertet.

Gerade deshalb muss die kritische Bilanz präziser formuliert werden.

Das Problem Splits besteht nicht darin, dass die Stadt ihre Schönheit verloren hätte. Diokletianpalast, Riva, Meer und Marjan besitzen unverändert außergewöhnliche Qualität.

Das Problem besteht darin, dass die touristische Nutzung während der Hochsaison zunehmend **zwischen den Besucher und diese Qualität tritt**.

Im historischen Kern verdichten sich touristische Wohnungen, Gastronomie, Gruppenverkehr, Tagesgäste, Hafen- und Busströme und Nachtökonomie auf einen Raum, dessen physische Kapazität kaum erweiterbar ist.

Die Einwohnerdaten bestätigen eine hohe Belastung bei Abfall, Gerüchen, Verkehr, Lärm und Wohnungsmarkt. Nur eine Minderheit ist mit der touristischen Entwicklung zufrieden. Der Anteil touristisch genutzter Wohnungen im Zentrum ist erheblich. Gleichzeitig bleibt die Gästezufriedenheit hoch.

Gerade diese Differenz ist gefährlich.

Sie zeigt eine Destination, deren Marktprodukt noch gut funktioniert, während seine gesellschaftlichen und infrastrukturellen Voraussetzungen bereits deutlich unter Druck stehen.

Hinzu kommt die Preisentwicklung.

Kroatien hat seine tourismusbezogenen Preise innerhalb weniger Jahre wesentlich schneller erhöht als viele Wettbewerber. Die kroatische Nationalbank sieht inzwischen ausdrücklich eine Verschlechterung der internationalen Preiswettbewerbsfähigkeit und erste Hinweise auf sinkenden realen Konsum ausländischer Gäste.

Für Split verschärft sich dieses Problem durch die Qualität des öffentlichen Raumes.

Wer an der Riva oder im Diokletianpalast einen hohen Standortaufschlag bezahlt, kauft nicht nur Essen oder Unterkunft. Er bezahlt für die Stadt.

Wenn diese Stadt gleichzeitig überfüllt ist, unangenehm riecht, infrastrukturell unter Druck steht und eine stark schwankende Leistungsqualität bietet, verliert der Premiumpreis einen Teil seiner Legitimation.

Der bezahlte Preis ist dabei kein Gegenbeweis.

Ein Gast kann einen Preis bezahlen und ihn trotzdem für falsch halten. Er kann die Rechnung begleichen und sich im selben Moment gegen eine Wiederholung entscheiden.

Genau deshalb ist die derzeitige Abschöpfungslogik in hochfrequentierten Lagen langfristig riskanter, als die aktuelle Auslastung vermuten lässt.

Touristische Nachfrage kann lange relativ preisunelastisch erscheinen. Stammgäste, Gewohnheiten, bereits gebuchte Reisen und die außergewöhnliche Attraktivität der Stadt stabilisieren den Markt.

Diese Stabilität ist jedoch nicht unbegrenzt.

Wenn sich Preis und Leistung weiter auseinanderentwickeln, kann die Anpassung zunächst im Konsum beginnen und später in der Destinationswahl sichtbar werden.

Ein solcher Nachfragebruch lässt sich nicht vorhersagen.

Er darf aber auch nicht mit dem Argument ausgeschlossen werden, dass die Gäste bisher noch gekommen sind.

Im mediterranen Vergleich wird Splits spezifisches Problem besonders deutlich.

Nizza ist ebenfalls teuer und hoch ausgelastet, besitzt jedoch eine stärker professionalisierte touristische Infrastruktur und eine seit Jahrzehnten entwickelte Hochpreispositionierung.

Barcelona leidet unter einem wesentlich größeren Overtourismproblem, hat aber begonnen, touristische Wohnnutzung und Mengenwachstum aktiv zu begrenzen.

Dubrovnik steuert Kreuzfahrten und öffentliche touristische Nutzung inzwischen deutlich konsequenter.

Venedig versucht selbst Tagesgäste in ein formales Steuerungssystem einzubeziehen.

Neapel, Palermo und Marseille können rauer, chaotischer oder infrastrukturell problematischer sein, besitzen aber eine wesentlich größere eigenständige urbane Funktion und teilweise ein sehr starkes Verhältnis zwischen Preis und kultureller beziehungsweise gastronomischer Gegenleistung.

Split befindet sich zwischen diesen Modellen.

Die Stadt verlangt zunehmend Preise einer internationalen Premiumdestination, trägt aber in der Hochsaison teilweise Belastungssymptome eines räumlich überforderten Massenziels.

Genau diese Kombination ist problematisch.

Im Vergleich mit Brač liegt Split bereits eine Entwicklungsstufe weiter. Bol besitzt auf dem Papier eine erheblich höhere touristische Intensität, doch Brač verfügt weiterhin über große räumliche Reserven. Wer dem touristischen Hauptstrom ausweichen will, kann dies noch.

In Split liegt der touristische Hauptstrom genau dort, wo der höchste Wert der Stadt liegt.

Das macht eine Übernutzung unmittelbar produktzerstörend.

Brač riskiert langfristig seine Landschaft.

Split riskiert seine Urbanität.

Die entscheidende strategische Aufgabe besteht deshalb nicht darin, noch mehr Touristen für Split zu gewinnen. Dieses Problem hat die Stadt längst gelöst.

Sie muss lernen, ihren Erfolg zu bewirtschaften.

Das bedeutet, touristische Kapazität in besonders belasteten Gebieten tatsächlich zu begrenzen, dauerhaftes Wohnen zu schützen, Tagesbesucher und Verkehrsströme stärker zu messen und zu steuern, die Qualität des öffentlichen Raums als Bestandteil des touristischen Produkts zu behandeln und eine Preisentwicklung zu vermeiden, bei der kurzfristige Abschöpfung mit langfristiger Wertschöpfung verwechselt wird.

Der neue Destinationsmanagementplan bietet dafür erstmals einen brauchbaren institutionellen Rahmen.

Ob er Wirkung entfaltet, hängt davon ab, ob seine Schwellenwerte politisch ernst genommen werden.

Wenn dies gelingt, kann Split seine außergewöhnliche Substanz weiterhin wirtschaftlich erfolgreich nutzen.

Wenn es nicht gelingt, dürfte sich jener Eindruck verstärken, der im August 2026 bereits deutlich entstehen kann: dass man viel Geld bezahlt, um eine außerordentlich schöne Stadt unter Bedingungen zu erleben, die einen zunehmend daran hindern, ihre Schönheit tatsächlich wahrzunehmen.

Eine Destination kann dabei noch viele Jahre hohe Übernachtungszahlen melden.

Sie kann wirtschaftlich gut ausgelastet sein.

Sie kann sogar hohe durchschnittliche Gästebewertungen behalten.

Und sie kann trotzdem schrittweise an Qualität verlieren.

Genau diese Gefahr ist in Split im Sommer 2026 nicht mehr theoretisch. Sie ist im touristischen Kern bereits sichtbar.

Anmerkungen und Quellen

[1] Qualitative Langzeitbeobachtung. Grundlage der qualitativen Einordnung ist die persönliche Kenntnis Splits aus Aufenthalten über einen Zeitraum von mehr als zwei Jahrzehnten sowie eine erneute intensive Tages- und Nachtbeobachtung im August 2026. Die Beobachtung wird nicht als repräsentative Statistik, sondern als longitudinale qualitative Vergleichsebene verwendet.

[2] Grunddaten und Kapazitäten Split. Institut za turizam, *Plan upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026.–2029.*, Entwurf Juni 2026: 160.577 Einwohner, 2.961.618 Übernachtungen und 1.004.567 Ankünfte 2024; 40.653 registrierte Betten zum 1. August 2025 und 33.518 tatsächlich genutzte Betten im Jahresverlauf.

[3] Touristische Nachfrage 2025. Turistička zajednica grada Splita, *Izvešće o izvršenju Programa rada 2025*: eVisitor-Daten, Stand 3. März 2026, 1.075.135 Ankünfte und 3.213.066 Übernachtungen; +3,35 beziehungsweise +2,65 Prozent gegenüber 2024. 69,8 Prozent der Übernachtungen entfielen auf Juni bis September.

[4] Saison 2026. Kroatisches Statistikamt, Juni 2026. Split verzeichnete rund 413.000 Übernachtungen ausländischer Gäste.

[5] Räumliche Konzentration und Auslastung. Im zentralen Split lagen 2025 43,6 Prozent der genutzten Beherbergungskapazität. Die Bettenauslastung erreichte dort 104,7 Übernachtungen je tatsächlich genutztem Bett.

[6] Bettenintensität. 2024 lagen die Werte bei 24,8 Betten je 100 Einwohner für Split insgesamt, 73,6 im zentralen Split, 45,0 im Küstenbereich und 10,9 im weiteren Stadtgebiet.

[7] Stationäre Tourismusintensität. Der Destinationsplan errechnet an Spitzentagen 0,17 stationäre Touristen je Einwohner für die Gesamtstadt und 0,48 für den zentralen Split.

[8] Räumliche Veränderungen. 84,1 Prozent der Einwohner sehen einen erheblichen Einfluss des Tourismus auf die räumliche Entwicklung; 62,5 Prozent beurteilen die daraus entstandenen Veränderungen negativ.

[9] Marjan 2026. Der nördliche Teil des Waldparks wurde am 1. Mai 2026 wieder geöffnet; Straßenarbeiten oberhalb des Instituts für Ozeanographie dauern an, einschließlich Baustellenverkehr.

[10] Abfallwahrnehmung. 71,7 Prozent der befragten Einwohner bewerten unangemessen abgelagerten Abfall während der Saison als großes Problem.

[11] Geruchsbelastung. 67,8 Prozent sehen Gerüche aus Containern, Kanalisation und Lüftungsanlagen als erhebliches saisonales Problem; im zentralen Split sind es 65,0 Prozent.

[12] Operative Entsorgungskapazität. Der Destinationsplan weist eine Hochsaisonauslastung von rund 75 Prozent der maximalen operativen Kapazität für gemischten Kommunalabfall aus und empfiehlt, die Belastung dauerhaft unter 80 Prozent zu halten.

[13] Verkehrsinfrastruktur. Der Destinationsplan beschreibt eine gute Busanbindung bei schwacher Infrastruktur sowie eine veraltete Eisenbahninfrastruktur.

[14] Hafen Split. Im zweiten Quartal 2026 wurden 1.475.764 Passagiere abgefertigt. Die Kennzahl umfasst touristische und nichttouristische Verkehre.

[15] Verkehrsbelastung. 82,3 Prozent der Einwohner sehen Staus während der Tourismussaison als großes Problem.

[16] Touristisch genutzte Wohnungen. Im zentralen Split waren 2024 22,6 Prozent der Wohneinheiten touristisch genutzt.

[17] Beherbergungsstruktur. Von den 33.518 tatsächlich genutzten Betten 2025 lagen 65,6 Prozent in Haushaltsunterkünften und lediglich 15,7 Prozent in Hotels.

[18] Apartmentisierung. 71,3 Prozent der Einwohner bewerten die Umwandlung regulärer Wohnungen in touristische Apartments negativ für die Lebensqualität.

[19] Wohnungerschwinglichkeit. 82,7 Prozent sind mit der Verfügbarkeit von Wohnraum zu akzeptablen Preisen unzufrieden.

[20] Verdrängung lokaler Angebote. 55,1 Prozent der Befragten sehen den Tourismus als Ursache dafür, dass für Einwohner relevante Angebote verdrängt werden.

[21] Öffentliche Ordnung. Der Split Public Order Act sieht unter anderem 300 Euro Strafe für öffentliches Erbrechen, Verrichten der Notdurft und bestimmte Alkoholverstöße sowie 150 Euro für Schlafen im öffentlichen Raum vor.

[22] Institutionelle Bewertung des Partyproblems. Der Tourismusverband erklärt im Rahmen von „Enjoy & Respect“ ausdrücklich, Split wolle nicht dauerhaft als Destination gelten, in der für alkoholisierte Partygäste praktisch alles erlaubt sei.

[23] Nachtverkauf von Alkohol. Seit 19. August 2026 gilt vom 1. Juni bis 15. September ein Verbot des Alkoholverkaufs in Einzelhandel und Kiosken zwischen 21 und 6 Uhr. Als Gründe nennt die Stadt unter anderem öffentliche Ordnung, Lärm, Verschmutzung, kulturelles Erbe und Umwelt.

[24] Gästezufriedenheit. Der Destinationsplan errechnet einen Gesamtzufriedenheitsindex von 90,5 und einen NPS von 60; 64,7 Prozent der Befragten gelten als Promotoren.

[25] Atmosphäre und Gastronomie. 91,7 Prozent der befragten Gäste waren mit Atmosphäre und Ambiente, 86,0 Prozent mit der gastronomischen Leistung zufrieden.

[26] Einwohnerzufriedenheit. Lediglich 19,7 Prozent der Befragten sind mit der touristischen Entwicklung zufrieden.

[27] Kroatische Verbraucherpreise 2026. Im Juli 2026 stiegen die Verbraucherpreise gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent; Restaurants und Beherbergungsleistungen verteuerten sich um 6,3 Prozent, Dienstleistungen insgesamt um 8,5 Prozent. Die Werte gelten landesweit und sind kein Split-spezifischer Preisindex.

[28] Wahrgenommener Preiseffekt. 83,9 Prozent der Einwohner schreiben dem Tourismus einen starken Einfluss auf Restaurant- und Cafépreise zu. Es handelt sich um einen Wahrnehmungsindikator, nicht um einen kausalen Preisindex.

[29] Dynamic Pricing und Revenue Management. Alderighi et al. beschreiben Dynamic Pricing als Instrument, einen begrenzten und zeitlich verderblichen Kapazitätsbestand durch Nachfrage-, Zeit- und Kundendifferenzierung umsatzoptimal zu verkaufen.

[30] Preisfairness. Alderighi, Nava, Calabrese, Christille und Salvemini (2022), *Consumer perception of price fairness and dynamic pricing: Evidence from Booking.com*, Journal of

Business Research 145, 769–783. Dynamische Preisunterschiede können die wahrgenommene Preisfairness erheblich beeinträchtigen.

[31] Wiederholungsbesuche. Alegre/Cladera, *Repeat Visitation in Mature Sun and Sand Holiday Destinations*, Journal of Travel Research 44(3). Die Forschung zeigt die Bedeutung von Zufriedenheit und Produktqualität für die Loyalität von Wiederholungsbesuchern.

[32] Preiselastizität. Peng, Song, Crouch und Witt: *A Meta-Analysis of International Tourism Demand Elasticities*, Journal of Travel Research 54(5), 611–633. Die Auswertung von 195 Studien zeigt erhebliche Unterschiede der Nachfrageelastizität nach Markt, Destination, Zeitraum und Methodik.

[33] Relative Preise und touristische Nachfrage. Seetaram, Forsyth und Dwyer (2016), *Measuring price elasticities of demand for outbound tourism using competitiveness indices*, Annals of Tourism Research 56, 65–79. In dem untersuchten Markt ergab sich bei Verwendung eines touristischen Preiswettbewerbsindexes eine Elastizität von $-1,07$; der Wert ist nicht auf Split übertragbar, belegt aber die Relevanz relativer Destinationspreise.

[34] Kroatische Preiswettbewerbsfähigkeit. Hrvatska narodna banka: Zwischen Anfang 2022 und Ende September 2024 stiegen tourismusbezogene Preise in Kroatien kumuliert um fast 50 Prozent, deutlich stärker als in vielen mediterranen Vergleichsmärkten.

[35] HNB-Projektion 2026. Die kroatische Nationalbank stellt ausdrücklich fest, dass hohe Hotel- und Restaurantpreise die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Tourismussektors schwächen und ausländische Nachfrage dämpfen können.

[36] Reale Tourismuseinnahmen. Die HNB beobachtete 2025 einen stärkeren Rückgang realer Tourismuseinnahmen als der physischen Indikatoren; Kreditkartendaten ausländischer Gäste deuteten auf sinkenden realen Konsum je Tourist und eine Verschlechterung der Preiswettbewerbsfähigkeit gegenüber mediterranen Konkurrenten hin.

[37] Politische Bewertung des Mengenwachstums. Die kroatische Regierung erklärte im Mai 2026, der Tourismus habe mit rund 22 Millionen Ankünften und 110 Millionen Übernachtungen die Grenzen des mengenmäßigen Wachstums erreicht und benötige eine wettbewerbsfähige Preisstrategie.

[38] Vergleich Nizza. INSEE weist für die Kommune Nizza Anfang 2026 163 Hotels mit 10.919 Zimmern aus, darunter 59 Vier- und sechs Fünfsternehotels.

[39] Vergleich Barcelona. Barcelona erhöhte 2026 die touristische Abgabenbelastung erheblich und hält am Auslaufen der Lizenzen kurzfristiger Ferienvermietungen bis 2028 fest.

[40] Vergleich Dubrovnik. OECD, *Tourism Trends and Policies 2026*: maximal zwei Kreuzfahrtschiffe gleichzeitig, Reduktion der Souvenirstände um 80 Prozent, Reduktion gastronomisch genutzter öffentlicher Fläche um rund 30 Prozent, Besucherzählung und Crowd Prediction.

[41] Vergleich Venedig. Die Zugangsgebühr gilt 2026 an 60 ausgewählten Tagen. Bei früher Buchung werden fünf, kurzfristig zehn Euro verlangt. Eine feste maximale Tagesbesucherzahl besteht nicht.

[42] Vergleich Palermo. Die Stadt Palermo meldet für 2025 mehr als 916.000 Ankünfte und rund 2,1 Millionen Übernachtungen, entsprechend einem Wachstum der Übernachtungen von 7,3 Prozent gegenüber 2024 und mehr als 30 Prozent gegenüber 2019.

[43] Vergleich Neapel. Ende November 2025 waren in Neapel 10.361 außerhotelmäßige Beherbergungsbetriebe gegenüber 181 Hotels registriert.

[44] Vergleich Marseille. INSEE weist für die Kommune Marseille Anfang 2026 104 Hotels mit 7.660 Zimmern aus.

[45] Vergleich Bol/Brač. Der Destinationsmanagementplan Bol weist 684 kommerzielle beziehungsweise zusätzlich saisonal berücksichtigte Betten je 100 Einwohner und eine stationäre Tourismusintensität von 3,48 Gästen je Einwohner an Spitzentagen aus.

[46] Vorgeschlagene zonale Kapazitätsgrenzen Split. Der Entwurf sieht für den zentralen Split höchstens 80 kommerzielle Betten je 100 Einwohner, für den Küstenbereich 50, das weitere Stadtgebiet 15 und das grüne Hinterland 25 vor.

[47] Wohnnutzungsverhältnisse. Im zentralen Split soll maximal eine touristische Nutzung auf drei dauerhaft bewohnte Wohnungen kommen, im Küstenbereich 1:6, im weiteren Stadtgebiet 1:20 und im grünen Hinterland 1:10.

[48] Beherbergungsstruktur. Der Anteil von Hotels und Campingangeboten an kommerziellen Kapazitäten soll im Planungszeitraum auf 30 Prozent steigen.

[49] Planungsstatus. Der Entwurf des Destinationsmanagementplans wurde im Juni 2026 veröffentlicht; die öffentliche Konsultation läuft bis zum 10. September 2026.

[50] Saisonale Verteilung. 2025 entfielen 69,8 Prozent aller Übernachtungen auf Juni bis September; die Tourismusorganisation weist zugleich stärkere Wachstumsimpulse außerhalb der absoluten Hochsaison aus.

[51] Konsum je Gast. Die kroatische Nationalbank sieht in Kreditkartendaten ausländischer Besucher Hinweise darauf, dass der reale Konsum je Tourist zurückging und die realen Tourismuseinnahmen schwächer waren als die Entwicklung der physischen Übernachtungszahlen vermuten ließ.