

### Tourismus - das Ei des Kolumbus für die arabische Welt?

Richter, Thomas

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GIGA German Institute of Global and Area Studies

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Richter, T. (2010). *Tourismus - das Ei des Kolumbus für die arabische Welt?* (GIGA Focus Nahost, 4). Hamburg: GIGA German Institute of Global and Area Studies - Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien, Institut für Nahost-Studien. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-276361>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

## ***Tourismus – das Ei des Kolumbus für die arabische Welt?***

Thomas Richter

Am 27. April 2010 fand auf Einladung von US-Präsident Obama eine Konferenz mit muslimischen Geschäftsleuten in Washington D.C. statt, auf der Maßnahmen zur Stärkung des Unternehmergeistes in der muslimischen Welt beraten wurden. Hinter diesen Bemühungen steht die in vielen Bereichen unzureichend ausgeprägte ökonomische Leistungsfähigkeit in Nordafrika und dem Nahen Osten. Andererseits verknüpft sich damit auch die Hoffnung, durch wirtschaftliche Entwicklung mittelfristig soziale und politische Modernisierungsprozesse anzustoßen. Eine signifikante Ausnahme in dieser Einschätzung bildet die arabische Tourismusindustrie, die sich zu einer der wichtigsten Quellen von Exporteinnahmen für die arabischen Staaten entwickelt hat.

### **Analyse**

In keiner anderen Weltregion ist der Anteil der Tourismusexporte am Bruttoinlandsprodukt innerhalb der letzten zehn Jahre so stark angestiegen wie in den Ländern der arabischen Welt. Insbesondere in vielen ressourcenarmen Staaten nimmt die Tourismusindustrie inzwischen einen Spitzenplatz unter den Exportsektoren ein.

- In den ressourcenarmen Staaten bildete die Diversifizierung der eigenen Devisenquellen die zentrale Motivation zur Tourismusentwicklung. In den ressourcenreichen Monarchien am Golf entstand der Impuls zum Ausbau des Tourismussektors aus dem Wunsch nach ökonomischen Alternativen vor dem Hintergrund sinkender Einnahmen aus dem Export von Erdöl und Erdgas.
- In allen Fällen haben staatliche Institutionen entscheidende planerische und infrastrukturelle Vorleistungen erbracht.
- Nach Ausbruch der globalen Finanzkrise ist der Rückgang der internationalen Touristenzahlen in der arabischen Welt insgesamt geringer als in anderen Weltregionen. Dazu haben ein hoher Anteil von innerarabischem Tourismus und frühzeitig implementierte Maßnahmen- und Marketingpakete der nationalen Regierungen maßgeblich beigetragen.
- Insgesamt zeigt sich der Entwicklungserfolg durch Tourismus jedoch ambivalent; ein weitreichender Effekt des Tourismusbooms auf Armutsreduzierung, Beschäftigung und endogene Wertschöpfungsprozesse ist nur schwer zu erkennen. Gleichzeitig unterstützt diese sektorale Transformation eine Selbstprivilegierung autoritärer politischer und ökonomischer Eliten.

*Schlagwörter: Arabische Welt, Tourismus, Entwicklungsstrategie, globale Finanzkrise*

## 1 Einleitung

Der im Oktober 2009 zum neuen Generalsekretär der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) gewählte, ehemalige jordanische Tourismus- und Planungsminister Taleb Rifai konstatierte zum Abschluss der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin Mitte März 2010: „Gerade jetzt, da die Welt von der Wirtschaft bis hin zur Umwelt grundlegende Veränderungen erfährt, leistet der Tourismus als wahrhaft globale Aktivität in dieser von Umgestaltung geprägten Zeit einen bedeutenden Beitrag.“<sup>1</sup> Dies gilt umso mehr für die arabische Welt, wo die Tourismusindustrie in den letzten zehn Jahren zu einem der wichtigsten Exportsektoren herangewachsen ist. Gleichzeitig stieg der Anteil des Tourismussektors am Bruttoinlandsprodukt (BIP) seit der Jahrtausendwende in keiner anderen Weltregion so stark an wie in den arabischen Ländern. Angesichts einer in den arabischen Staaten vergleichsweise gering ausgeprägten Fähigkeit, moderne Technologien in industrielle Wertschöpfungsprozesse zu integrieren, und der sowohl von staatlichen als auch von privaten Akteuren gepflegten ineffizienten Ressourcenallokation (vgl. dazu Brach 2009), ist dieser Befund überraschend. Der arabische Tourismusboom repräsentiert damit die in den letzten Jahren mit Abstand erfolgreichste alternative Entwicklungsstrategie staatlicher Akteure in der Region.

## 2 Der Aufstieg der Tourismusindustrie als Exportsektor in der arabischen Welt

Das nach Einwohnerzahlen gewichtete Verhältnis der Tourismusexporte am BIP ist weltweit zwischen 1995 und 2001 um fast 20 Prozent angewachsen und sinkt seitdem wieder leicht (vgl. dazu die schwarze Linie in Abbildung 1). Sowohl in den Ländern Nord-, Mittel- und Lateinamerikas (vgl. dazu die orangefarbige Linie in Abbildung 1) als auch in Asien (vgl. dazu die gelbe Linie in Abbildung 1) ist dieser Anteil seit 1995 bis heute kaum angestiegen. Im Gegensatz dazu haben die Exporteinnahmen aus dem Tourismussektor in den arabischen Ländern im Verhältnis zum BIP seit 1995 um mehr als 70 Prozent zugenommen (vgl. dazu die grüne Linie in Abbildung 1).

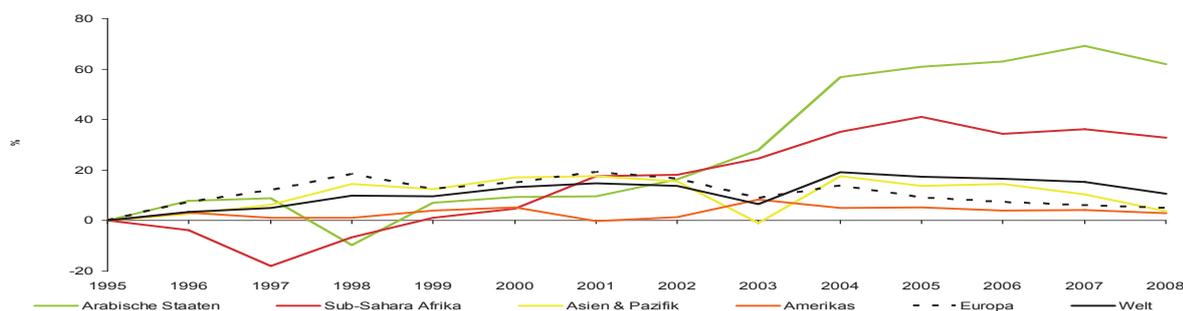
Wirft man einen Blick auf den Anteil der Tourismusexporte im Verhältnis zum BIP und vergleicht diese mit den Exporteinnahmen anderer Sektoren (vgl. dazu die Angaben in Tabelle 1), so wird deutlich, dass sich der Tourismussektor im letzten Jahrzehnt in vielen arabischen Ländern (z.B. Libanon und Ägypten) einen Spitzenplatz unter den Exporten erkämpft hat. Tourismuseinnahmen stellen heute in Nordafrika und dem Nahen Osten eine unersetzliche Devisenquelle dar. Nur im Irak, in Katar, Kuwait, Libyen und im Sudan spielen Tourismusexporte keine oder nur eine sehr geringe Rolle innerhalb der nationalen Ökonomie.

Abgesehen vom Export natürlicher Ressourcen hat sich der Tourismussektor damit zum zentralen Bestandteil einer nach außen orientierten ökonomischen Entwicklungsstrategie in der arabischen Welt entwickelt. Allerdings zeigt sich der konkrete Einfluss des Tourismussektors zwischen den einzelnen Ländern ungleichmäßig verteilt. Setzt man die absoluten Exporteinnahmen des Tourismussektors in ein Verhältnis zur Bevölkerungszahl, ist deutlicher zu erkennen, welche Bedeutung diese Einnahmen in jedem einzelnen arabischen Staat haben. Unter den an natürlichen Ressourcen armen Ländern sind es Ägypten, Jordanien, Libanon, Marokko, Syrien und Tunesien, in denen der internationale Tourismus im Verhältnis zur Einwohnerzahl bis heute besonders wichtig geworden ist. Nur bei den beiden ressourcenreichen Monarchien Vereinigte Arabische Emirate (V.A.E.) und Saudi-Arabien spielen die Exporteinnahmen aus dem Tourismussektor im Verhältnis zur Bevölkerungszahl eine ähnlich wichtige Rolle. In den verbleibenden Ländern sind die Pro-Kopf-Einnahmen aus dem Tourismusexport bisher eine (noch) zu vernachlässigende Größe (siehe Abbildung 2).

Während die ressourcenarmen Staaten Ägypten, Libanon, Marokko und Tunesien und – mit Abstrichen – Jordanien und Syrien auf massentauglichen Bade-, Vergnügungs- und Kulturtourismus setzen, haben sich die Golfmonarchien Bahrain, Katar, Oman und die V.A.E. – und hier insbesondere das Emirat Dubai – auf touristische Angebote im gehobenen und Luxusbereich spezialisiert. Libanon profitiert von einer langen Geschichte als kosmopolitische Destination vor allem für arabische Touristen. Saudi-Arabien nimmt eine Sonderrolle als Ziel für die muslimischen Pilgerreisen nach Mekka und Medina ein.

1 Pressemitteilung ITB Berlin, 14.3.2010, [http://www1.messe-berlin.de/vip8\\_1/website/Internet/Internet/www.itb-berlin/deutsch/Presse-Service/Pressemitteilungen/index.jsp?lang=0&newslang=de&news\\_sys\\_id=30248&source\\_oid=350&year=2010](http://www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/Internet/Internet/www.itb-berlin/deutsch/Presse-Service/Pressemitteilungen/index.jsp?lang=0&newslang=de&news_sys_id=30248&source_oid=350&year=2010) (Zugriff 27.4.2010).

**Abbildung 1: Wachstum der Tourismusexporte im Verhältnis zum BIP (gewichtet nach Einwohnerzahlen; Basisjahr 1995 = 100 %).**



Quelle: Eigene Berechnungen basierend auf Angaben der UNWTO und Weltbank

**Tabelle 1: Verhältnis der Exporteinnahmen zum BIP vor Ausbruch der globalen Finanzkrise (Angaben in Prozent für 2007)**

	Tourismus	Natürliche Ressourcen <sup>1</sup>	verarbeitende Industrien	Sonstiges <sup>2</sup>	Gesamt
Ägypten	7,14	6,79	2,30	1,17	17,40
Algerien <sup>3</sup>	0,13	40,18	0,42	1,61	42,34
Bahrain	5,99	66,46	7,25	0,37	80,07
Irak	0,83	65,91	0,17	0,07	66,98
Jemen	1,96	26,40	0,97	1,58	30,91
Jordanien	13,59	2,18	26,43	4,49	46,69
Kuwait	0,20	53,10	2,83	0,16	56,29
Libanon	21,82	1,60	4,44	1,56	29,42
Libyen	0,10	40,41	1,30	0,04	41,85
Marokko	9,55	2,75	12,65	4,00	28,95
Mauretanien	2,34 <sup>4</sup>	37,88	0,01	6,21	46,44
Oman	1,56	47,88	5,21	1,30	55,95
Katar	0,03	53,04	5,70	0,03	58,80
Saudi-Arabien <sup>5</sup>	2,03	53,62	6,45	2,64	64,74
Sudan	0,56	15,00	0,40	1,52	17,48
Syrien	7,11	12,03	9,90	6,27	35,31
Tunesien	7,23	7,48	29,72	4,25	48,68
V.A.E. <sup>6</sup>	3,58	40,41	32,32	2,65	78,96

Quelle: UNWTO (wenn nicht anders benannt).

1 Erdöl, Naturgas, Phosphate, Eisenerz und andere Mineralien.

2 Insbesondere Agrarprodukte und Lebensmittel.

3 Angaben für das Jahr 2006 (<http://www.ons.dz/-Tourisme-.html>, Zugriff 5.5.2010)

4 Angaben für das Jahr 1999.

5 Angaben stammen von der World Trade Organization (WTO) (<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramHome.aspx?Language=E>, Zugriff 5.5.2010)

6 Ebenda.

### 3 Staatliche Planung touristischer Entwicklung: die Beispiele Ägypten und Dubai

Sieht man von den beiden Sonderfällen Libanon und Saudi-Arabien ab, geht der arabische Tourismusboom auf eine gezielte, wenn auch in den meisten Fällen nicht beim ersten Versuch erfolgreiche, staatliche Entwicklungsstrategie zurück. In den ressourcenarmen Ländern stellte der Wunsch, die sich teilweise dramatisch zuspitzende Devisenknappheit als Folge der endogenen fiskalischen Krisen der 1970er und 1980er Jahre zumindest teilweise zu beseitigen, die entscheidende Motivation für eine staatliche Tourismusförderung dar. In den ressourcenreichen Golfstaaten drückte sich darin vor allem die Idee einer von Rohstoffrenten unabhängigen ökonomischen Zukunftsperspektive aus, wobei die Tourismusentwicklung hier jedoch nur eine von mehreren komplementären Strategien ökonomischer Diversifizierung darstellt.

Die staatlich geplante Entwicklung des Tourismussektors in Ägypten kann exemplarisch den Weg der ressourcenarmen arabischen Staaten diesbezüglich verdeutlichen: Nach einer Nationalisierung der Tourismusindustrie unter Präsident Nasser im Verlauf der 1950er Jahre wurde erst im Rahmen der sich zuspitzenden makroökonomischen Problemlage ab etwa Mitte der 1970er Jahre privaten nationalen und internationalen Investoren erlaubt, in den ägyptischen Tourismussektor zu investieren. Aber erst mit der Präsidentschaft Husni Mubaraks Anfang der 1980er Jahre wurde mit der Gründung einer touristischen Entwicklungsagentur und der Erarbeitung eines

Masterplans zur touristischen Entwicklung der ägyptischen Küstenregionen begonnen, um damit die entscheidenden planerischen Voraussetzungen für den Aufbau einer massentouristischen Infrastruktur zu schaffen. Zwei wichtige Bedingungen beförderten den Erfolg dieser Strategie: a) zum einen die nach dem Friedensvertrag mit Israel (Camp David 1979) Anfang der 1980er Jahre erfolgte Aufhebung des militärischen Sperrzonenstatus für weite Teile der ägyptischen Küstenzonen und b) zum anderen die staatliche Orientierung auf vorrangige Investitionen nationalen ägyptischen Privatkapitals, das erst seit den 1970er Jahren wieder nennenswert angewachsen war. Aber erst 1988, als die alleinige Kompetenz für die infrastrukturelle Planung und Ausführung in den als touristisches Nutzungsgebiet ausgewiesenen Flächen an das ägyptische Tourismusministerium überging, kam es zu einem deutlichen Anstieg privatwirtschaftlicher Investitionen. Zugleich unterstützte der Staat diesen Prozess mit der Vergabe günstiger Kredite und einem Steuererlass von bis zu 20 Jahren (Richter/Steiner 2008: 946-949). Die wichtigsten Elemente einer staatlichen Planung als notwendige Voraussetzung für ein Engagement vor allem nationaler privater Investoren lassen sich – in unterschiedlicher Ausprägung – auch in Marokko, Tunesien, Jordanien (Gray 2000; Hazbun 2008) und selbst in Syrien (Gray 1997) beobachten.

Der Weg des Emirats Dubai verdeutlicht die Bemühungen eines ressourcenreichen arabischen Landes, den Tourismussektor als *einen* Aspekt einer allgemeinen ökonomischen Diversifizierungsstrategie zu entwickeln. Noch vor Beginn der staatlichen Unabhängigkeit im Rahmen der V.A.E. 1971 legte Dubai mit der Gründung seines internationalen Flughafens im Jahr 1960 die Grundlage für seinen späteren Erfolg als regionaler und internationaler Knotenpunkt in der Golfregion. Im Gegensatz zur damals üblichen Praxis, die Start- und Landerechte von internationalen Fluggesellschaften auf bilateraler Ebene in Form internationaler Verträge auszuhandeln, verfolgte Dubai von Beginn an eine Politik des offenen Luftraumes (*open skies policy*). Damit war es jeder Fluggesellschaft prinzipiell erlaubt Dubai anzusteuern, ohne vorab kostenintensive zwischenstaatliche Verhandlungen führen zu müssen. Gleichzeitig nutzte Dubai aufgrund seiner im Vergleich zu den direkten Nachbarstaaten relativ geringeren Ausstattung mit natürlichen Ressourcen die Erdölboom-

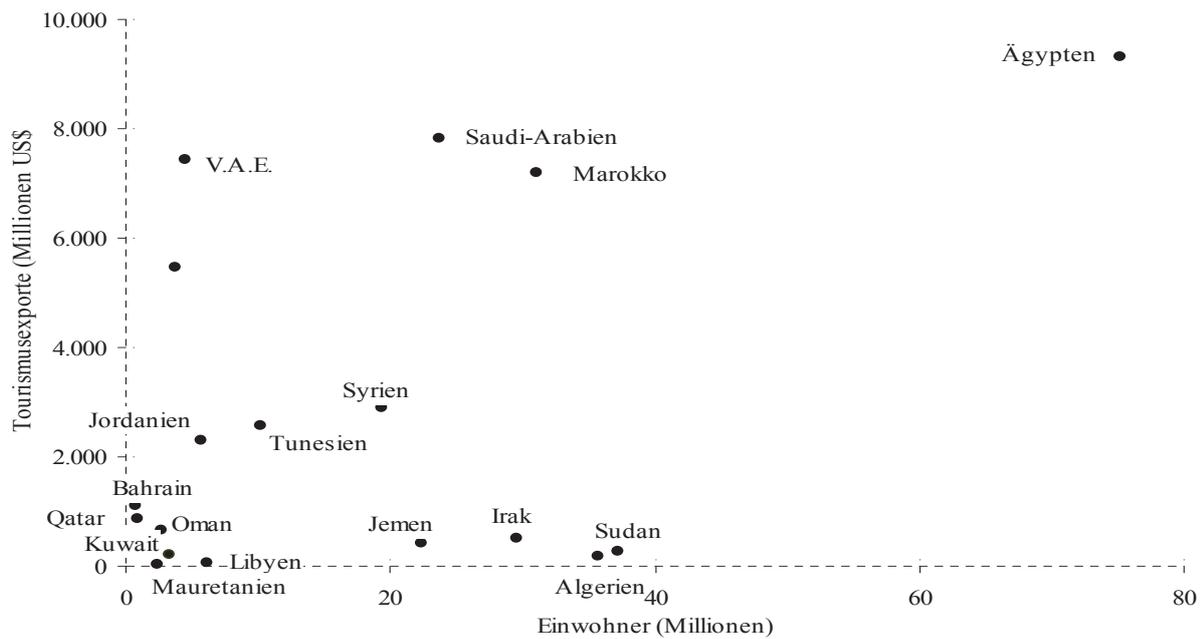
phasen zum Aufbau freihandelsorientierter Kapazitäten. Prominentestes Beispiel hierfür ist die Jebel Ali Freihandelszone, die einen der größten Tiefseewasserhäfen der Welt und einen Industriepark mit über 5000 angesiedelten Unternehmen aufweist. Diese beiden Komponenten schufen die Voraussetzung für den massiven Ausbau einer touristischen Infrastruktur, die sich ursprünglich vor allem auf Transit- und Geschäftsreisende orientierte, bis in die Gegenwart aber insbesondere in den mittleren und oberen Preissegmenten erheblich erweitert worden ist. Auch in diesem Zusammenhang spielte der Staat bei der planerischen Gestaltung und der Bereitstellung der Infrastruktur eine entscheidende Rolle. Im Gegensatz zum Tourismusboom in den ressourcenarmen Staaten war er über staatliche Investitionsgesellschaften selbst maßgeblich in den Ausbau des Tourismussektors involviert (Hazbun 2008). Viele Bemühungen der letzten Jahre im Schwesteremirat Abu Dhabi, aber auch in Bahrain, Katar und Oman zeigen Ähnlichkeiten zu diesem Entwicklungsweg.

#### **4 Die globale Finanzkrise und die Widerstandskraft des arabischen Tourismussektors**

Was in ähnlicher Art und Weise für den Einfluss der globalen Finanzkrise auf andere Wirtschaftssektoren in der arabischen Welt zutrifft (vgl. beispielsweise Brach/Loewe 2010), gilt auch für die Tourismusindustrie: Die arabischen Länder waren und sind von den Auswirkungen der globalen Finanzkrise weniger stark betroffen als andere Teile der Welt.

In Abbildung 3 werden die prozentualen Veränderungen der Ankünfte internationaler Touristen in den arabischen Ländern im monatlichen Durchschnitt mit dem Weltdurchschnitt verglichen. Obwohl beispielsweise die Anzahl der im Januar 2009 einreisenden Touristen um über 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat gesunken ist, war der Wachstumseinbruch in den arabischen Staaten insgesamt, das heißt über den gesamten Zeitraum seit Ausbruch der globalen Finanzkrise im September 2008, weit weniger deutlich als im Weltdurchschnitt. Selbst in Zeiten von weltweit deutlich geringerem oder sogar negativem Wachstum, wie im Herbst 2008 oder im Sommer 2009, nahmen die Ankünfte in den arabischen Ländern im Vergleich zum Vorjahr bereits wieder deutlich zu (vgl. dazu Abbildung 3).

**Abbildung 2: Verhältnis der Exporteinnahmen aus dem Tourismussektor in US\$ im Verhältnis zur Bevölkerungszahl vor Ausbruch der globalen Finanzkrise (Angaben für 2007)**

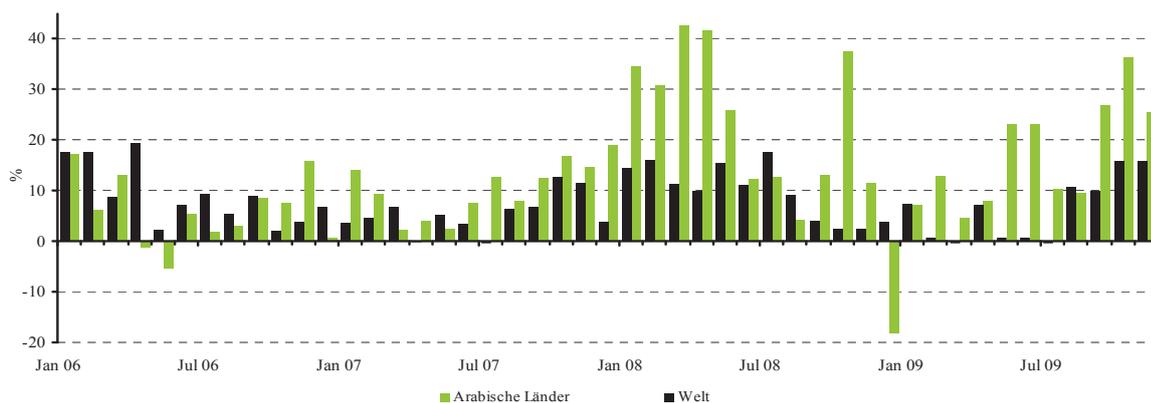


Quelle: UNWTO

Damit gelang es der arabischen Welt in den letzten 24 Monaten, sich teilweise von globalen Trends abzukoppeln. Zwei Faktoren waren entscheidend für diese vergleichsweise geringe Verwundbarkeit der arabischen Tourismusindustrie: Erstens stammen in einigen arabischen Ländern inzwischen über die Hälfte der internationalen Touristen selbst aus der Region.<sup>2</sup> Da die Krise vor allem

ein Phänomen der industrialisierten Welt in Nordamerika und Westeuropa ist und die Weltrohölpreise nach einem kurzen Tief im Januar 2009 bei um die US\$ 30 pro Barrel relativ schnell erneut auf Niveaus zwischen US\$ 60 und US\$ 80 pro Barrel anstiegen, waren Konsumeinschränkungen bei arabischen Touristen weniger wahrscheinlich als im Westen.

**Abbildung 3: Durchschnittliche Veränderung der monatlichen Ankünfte internationaler Touristen im Vergleich zum Vorjahr (Februar 2006 bis November 2009).**



Quelle: Eigene Berechnungen basierend auf Daten der UNWTO.

<sup>2</sup> Der Anteil von internationalen Touristen aus der Region Nah- und Mittelost lag im Jahr 2007 in Bahrain bei ca. 70 Prozent, in Kuwait bei fast 60 Prozent, in Syrien bei über 56 Prozent, in Saudi-Arabien bei ca. 55 Prozent, in Jordanien bei über 25 Prozent, in Tunesien bei ca. 21 Prozent und in Ägypten bei etwa 15 Prozent (Eigene Berechnungen mit Daten der UNWTO).

Zweitens haben, trotz der gescheiterten Bemühungen für eine multilaterale Unterstützung der Tourismusindustrie auf der Ebene der Arabischen Liga,<sup>3</sup> die Regierungen der ressourcenarmen Staaten mit Massentourismus (Ägypten, Jordanien, Marokko, Syrien und Tunesien) mit der gleichzeitigen Reduktion von Abgaben und Steuern einerseits und der Intensivierung von Marketingmaßnahmen in den touristischen Quellenländern andererseits rasch und effizient auf den drohenden Rückgang der internationalen Besucher reagiert (UNWTO 2010). Selbst wichtige Destinationen unter den ressourcenreichen Staaten wie die V.A.E. – hier insbesondere Dubai – und Saudi-Arabien steuerten mit Nachlässen auf Flugpreise und gezielten Werbekampagnen dem drohenden Rückgang internationaler Touristeneinreisen entgegen.

## 5 Tourismus als Alternative nachholender Entwicklung in der arabischen Welt?

Eine abschließende Bewertung des arabischen Tourismusbooms fällt ambivalent aus. Trotz eines beeindruckenden Aufstiegs des Tourismussektors zu einem der führenden Exportsektoren in der arabischen Welt ist die Wirkung dieser sektoralen Expansion auf Armutsreduzierung, Beschäftigung und eine Modernisierung anderer Wirtschaftssektoren eingeschränkt.

Die Nachfrage nach nationalen Investitions- und Ausrüstungsgütern war tendenziell gering. In den ressourcenarmen Staaten beschränkte sie sich zumeist auf die Bereitstellung von günstigen Arbeitskräften – in den Erdölstaaten am Golf besteht das Gros der Arbeitskräfte in der Baubranche oder im laufenden Betrieb aus asiatischen Arbeitsmigranten – oder die Lieferung von einfachen Baustoffen und Produkten des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel und Haushaltswaren. Höherwertige Investitions- und Ausrüstungsgüter werden nach wie vor fast ausschließlich aus der industrialisierten Welt importiert. Selbstverständlich lässt sich die Beteiligung deutscher Unternehmen wie Hochtief, ThyssenKrupp, Duravit oder Miele an der Errichtung und Ausstattung des höch-

ten Gebäudes der Welt, dem Burj Khalifa, in Dubai herausstellen.<sup>4</sup> Eine nachhaltige Wirkung solcher Mega-Investitionen für die nationalen Wertschöpfungsketten bleibt allerdings zweifelhaft, weil der Großteil des dabei investierten Kapitals an ausländische Bauunternehmen und Ausrüster gezahlt wurde.

Bis heute wurde weder innerhalb einzelner Länder noch vergleichend systematisch untersucht, welche Wirkung die Expansion des Tourismussektors auf Armutsreduzierung und Beschäftigung in der arabischen Welt hat. Die wenigen erstellten Studien zeigen, dass beispielsweise in Ägypten – dem heimlichen Star des arabischen Tourismusbooms – nur knapp über 15 Prozent der im Land generierten Einnahmen aus dem internationalen Tourismus zurück in Löhne und Gehälter geflossen sind (Tohamy/Swinscoe 2000: 17). Gleichzeitig waren die Gewinnmargen der in den meisten Fällen nationalen Investoren rekordverdächtig. In Abhängigkeit von der politischen Großwetterlage haben sich in den 1990er Jahren Investitionen im ägyptischen Tourismussektor innerhalb von zwei bis sechs Jahren amortisiert (Richter/Steiner 2008: 955). Aus diesem Grund verweisen Fallstudien darauf, dass die Entwicklung des arabischen Tourismussektors eher einen Beitrag zur Konservierung existierender Strukturen und damit zur Stabilisierung autoritärer Regime geleistet hat, als umfassende wirtschaftliche und soziale Transformationsprozesse anzustoßen (Hazbun 2008; Richter/Steiner 2008).

Kurz- und mittelfristig wird der Ausbau des Tourismussektors in der arabischen Welt massiv fortgesetzt werden. Eine zentrale Motivation dafür ist die Anerkennung des bisherigen, wenn auch begrenzten Entwicklungserfolgs, mit dem Ziel, die entweder stark vom Erdöl- oder Erdgasexport abhängigen Ökonomien weiter zu diversifizieren (ressourcenreiche Staaten) oder aber einen wirtschaftlichen Sektor abseits traditioneller Industrien zu stärken, der dringend benötigte internationale Zahlungsmittel generiert (ressourcenarme Staaten).

Bahrain plant in den nächsten Jahren den Ausbau seiner Hauptstadt Manama als Kulturhauptstadt des arabischen Golfs.<sup>5</sup> Katar hat angekündigt, in den kommenden fünf Jahren etwa US\$ 17 Mrd.

3 Im Mai 2009 haben sich die Tourismusminister der Arabischen Liga in Sanaa (Jemen) getroffen, um Maßnahmen zur Unterstützung der arabischen Tourismusindustrie zu diskutieren. Als wichtigster Vorschlag galt in diesem Zusammenhang die Einführung eines einheitlichen innerarabischen Visums – ähnlich dem Schengen-Visum in Europa (vgl. dazu <http://gulf-daily-news.com/NewsDetails.aspx?srch=1&storyid=270142>, Zugriff 25.4.2010).

4 Vgl. dazu <http://vae.ahk.de/de/wirtschaftsnachrichten/burj-dubai-das-alles-ist-made-in-germany/> (Zugriff 30.4.2010).

5 Wells, Rhona (2009): Bahrain, a Cultural Hub in the Middle East, *The Middle East*, April, S. 61.

in den Ausbau seiner nationalen touristischen Infrastruktur zu investieren. Oman plant innerhalb einer milliardenschweren Modernisierung seiner Ökonomie eine massive Ausweitung der Investitionen für eine touristische Infrastruktur und will die Kapazitäten seiner nationalen Fluggesellschaft deutlich erhöhen.<sup>6</sup> In Syrien spricht die Regierung von einem auf die historischen Sehenswürdigkeiten des Landes fokussierten tourismuspolitischen Engagement.<sup>7</sup> Selbst Saudi-Arabien strebt die Entwicklung eines Tourismussektors abseits etablierter Pfade an (Pilgertourismus), indem es zum ersten Mal in seiner modernen Geschichte einen nationalen Tourismusplan entwirft (UNWTO 2010) und in den kommenden Jahren bis zu US\$ 7,5 Mrd. in den Aufbau einer touristischen Infrastruktur investieren will.<sup>8</sup> Und schließlich plant auch Libyen in den kommenden 15 Jahren den Aufbau eines eigenen Tourismussektors, der dann bis zu fünf Millionen ausländischer Touristen pro Jahr absorbieren soll.<sup>9</sup>

Ob eine Konzentration auf die (Weiter)Entwicklung des arabischen Tourismussektors tatsächlich zu einer einfachen Lösung des arabischen Entwicklungsproblems im Sinne des „Ei des Kolumbus“ beitragen kann, wird maßgeblich davon abhängen, ob die von diesem Sektor ausgehenden Impulse künftig für eine Entwicklung in anderen Bereichen der jeweiligen Volkswirtschaften nutzbar gemacht werden. Eines jedoch scheint offensichtlich: allein mit der Konzentration auf den Tourismus lassen sich die noch immer massiven Entwicklungsdefizite der arabischen Welt nicht lösen. Die natürlichen Voraussetzungen der arabischen Staaten (Klima, lange Küstenlinien, archäologische und historische Sehenswürdigkeiten) bieten jedoch auch in Zukunft optimale Voraussetzungen für einen weiteren Ausbau dieser in den meisten Ländern der Region vergleichsweise jungen Industrie.

## Literatur

- Gray, Matthew (2000), *The Political Economy of Tourism in North Africa: Comparative Perspectives*, *Thunderbird International Business Review*, 42, 4, 393-408.
- Gray, Matthew (1997), *The Political Economy of Tourism in Syria: State, Society, and Economic Liberalization*, *Arab Studies Quarterly*, 19, 2, 57-74.
- Hazbun, Waleed (2008), *Beaches, Ruins, Resorts: the Politics of Tourism in the Arab World*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tohamy, Sahar und Adrian Swinscoe (2000), *The Economic Impact of Tourism in Egypt*, Cairo: The Egyptian Centre for Economic Studies.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2010), *1st Report on the Implementation on the Roadmap for Recovery*, Madrid: UNWTO.

6 <http://www.thenational.ae/apps/pbcs.dll/article?AID=/20100319/BUSINESS/703189893/1051/rss> (Zugriff 20. 4. 2010).

7 *The Middle East*, Mai 2010, S. 59.

8 Wells, Rhona (2009): „Tourism Remains Key to Economic Growth“, *The Middle East*, Dezember, S. 48-52.

9 Williams, Stephen (2009): „Coming in from the Cold“, *The Middle East*, Juli, S. 38-39.

## ■ Der Autor

Dr. Thomas Richter ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am GIGA Institut für Nahost-Studien (IMES).

E-Mail: richter@giga-hamburg.de; Website: <http://staff.giga-hamburg.de/richter>.

Der Autor bedankt sich bei Hannes Bahrenburg für seine Unterstützung bei der Datenaufbereitung und -analyse und bei Johannes Gunesch für seine Hilfe bei Rechercharbeiten.

## ■ Gegenwärtige Forschung am GIGA zum Thema

Der GIGA-Forschungsschwerpunkt 1 „Legitimität und Effizienz politischer Systeme“ beschäftigt sich im Rahmen des Forschungsteams „Persistenz und Wandel nichtdemokratischer Regime“ mit der Wirkung von Tourismusedwicklung im Rahmen politökonomischer Stabilisierungsstrategien autoritärer Regime. Im GIGA-Forschungsschwerpunkt 3 „Sozioökonomische Herausforderungen im globalen Wettbewerb“ werden im Forschungsteam „Innovation und Wachstum“ Innovations- und Technologieanpassungsprozesse in Nicht-OECD-Ländern untersucht.

## ■ GIGA-Publikationen zum Thema (Auswahl)

Brach, Juliane und Markus Loewe (2010), The Global Financial Crisis and the Arab World: Impact, Reactions and Consequences, *Mediterranean Politics*, 15, 1, 45-71.

Brach, Juliane, (2009), Technology, Political Economy, and Economic Development in the Middle East and North Africa, *Review of Middle East Economics and Finance*, 5, 3, 1-23.

Brach, Juliane (2008), *Entwicklung ohne ausländische Direktinvestitionen? Perspektiven der arabischen Mittelmeerländer*, GIGA Focus Nahost, 9, online: [http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf\\_nahost\\_0809.pdf](http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf_nahost_0809.pdf).

Faath, Sigrid (Hrsg.) (2009), „Sozio-regionale“ Entwicklungsansätze in Nordafrika/Nahost, Hamburg: GIGA.

Frietsch, Rainer und Margot Schüller (Hrsg.) (2010), *Competing for Global Innovation Leadership: Innovation Systems and Policies in the USA, EU and Asia*, Karlsruhe: Fraunhofer Innovationssysteme.

Kappel, Robert (2008), *Israel – Wirtschaftsmacht des Nahen Ostens*. GIGA Focus Nahost, 3, online: [http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf\\_nahost\\_0803.pdf](http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf_nahost_0803.pdf).

Richter, Thomas und Christian Steiner (2008), Politics, Economics and Tourism Development in Egypt: Insights into the Sectoral Transformations of a Rentier-State, *Third World Quarterly*, 29, 5, 935-955.

Scholvin, Sören (2009), *Desertec: Wirtschaftliche Dynamik und politische Stabilität durch Solarkraft?*, GIGA Focus Nahost, 11, online: [http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf\\_nahost\\_0911.pdf](http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf_nahost_0911.pdf).



Der GIGA Focus ist eine Open-Access-Publikation. Sie kann kostenfrei im Netz gelesen und heruntergeladen werden unter <[www.giga-hamburg.de/giga-focus](http://www.giga-hamburg.de/giga-focus)> und darf gemäß den Bedingungen der *Creative-Commons-Lizenz Attribution-No Derivative Works 3.0* <<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/de/deed.en>> frei vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden. Dies umfasst insbesondere: korrekte Angabe der Erstveröffentlichung als GIGA Focus, keine Bearbeitung oder Kürzung.



Das GIGA German Institute of Global and Area Studies – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien in Hamburg gibt Focus-Reihen zu Afrika, Asien, Lateinamerika, Nahost und zu globalen Fragen heraus, die jeweils monatlich erscheinen. Der GIGA Focus Nahost wird vom GIGA Institut für Nahost-Studien redaktionell gestaltet. Die vertretenen Auffassungen stellen die der Autoren und nicht unbedingt die des Instituts dar. Die Autoren sind für den Inhalt ihrer Beiträge verantwortlich. Irrtümer und Auslassungen bleiben vorbehalten. Das GIGA und die Autoren haften nicht für Richtigkeit und Vollständigkeit oder für Konsequenzen, die sich aus der Nutzung der bereitgestellten Informationen ergeben. Wurde in den Texten für Personen und Funktionen die männliche Form gewählt, ist die weibliche Form stets mitgedacht.

Redaktion: Henner Fürtig; Gesamtverantwortliche der Reihe: Hanspeter Mattes und André Bank;

Lektorat: Silvia Bücke; Kontakt: <[giga-focus@giga-hamburg.de](mailto:giga-focus@giga-hamburg.de)>; GIGA, Neuer Jungfernstieg 21, 20354 Hamburg

**G I G A** Focus  
German Institute of Global and Area Studies  
Institut für Nahost-Studien

IMPRESSUM