

Tourismus in Ägypten - Entwicklungsperspektiven zwischen Globalisierung und politischem Risiko

Steiner, Christian

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Steiner, C. (2004). Tourismus in Ägypten - Entwicklungsperspektiven zwischen Globalisierung und politischem Risiko. In G. Meyer (Hrsg.), *Die Arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie* (S. 369-375). Mainz: Universität Mainz.
<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-96569-3>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0>

Tourismus in Ägypten – Entwicklungsperspektiven zwischen Globalisierung und politischem Risiko

CHRISTIAN STEINER

Tourismusboom mit historischen Wurzeln

Die Entwicklung Ägyptens zu einer Zielregion des internationalen Tourismus hat ihre Wurzeln bereits im Kulturtourismus des 19. Jahrhunderts. Vor allem die Pyramiden in Gizeh und die antiken Stätten in Oberägyptens bilden schon seit rund 200 Jahren touristische Sehenswürdigkeiten ersten Ranges. Erst 1980 überschreiten die Touristenankünfte jedoch die Millionenmarke. Die Rückübertragung des Sinai durch Israel an Ägypten läutet einen Tourismusboom ein.

Die Regierung Mubarak fördert seit 1986 verstärkt die Tourismusentwicklung und legt vor allem Wert auf eine Diversifizierung des Angebotes. Neben den Kulturtourismus tritt der Tauch-, Bade- und Strandtourismus am Roten Meer und auf dem Sinai. Für europäische Touristen ist Ägypten in diesem Marktsegment mit Flugzeiten von etwa vier Stunden besonders interessant und lockt mit einem ganzjährig warmen und trockenen Klima, Wassertemperaturen im Roten Meer von konstant über 20 °C sowie seinen berühmten Korallenriffen. Es ist neben den Kanarischen Inseln die nächstgelegene Ganzjahres-Badedestination für den europäischen Tourismusmarkt.

Der ägyptische Markt ist jedoch nicht nur von einer Spaltung in Kultur- sowie Bade- und Wassersport-Tourismus gekennzeichnet. Aufgrund der im Sommer hohen Temperaturen weist Ägypten eine starke Saisonalität der An-



künfte von Besuchern aus den westlichen Industrieländern auf. Sie meiden überwiegend den Sommer, während Touristen aus arabischen Ländern Ägypten traditionell vornehmlich während der in ihren Heimatländern heißeren Sommermonate aufsuchen [Abb. 1]. Sie bevorzugen einen Urlaub an der von Europäern und Amerikanern kaum besuchten kühleren Mittelmeerküste, insbesondere an den Stränden von Alexandria. Ein Teil der arabischen Oberschicht verbringt außerdem die Sommermonate in Kairo. Shoppingtourismus, das liberalere Nachtleben und die Möglichkeit des Alkoholkonsums stellen besonders für Golf-Araber einen Anreiz für den Besuch der Nilmetropole dar.

Abb. 1 Saisonale Schwankung der Ankünfte von europäischen und arabischen Touristen 2000

Quelle: Ministry of Tourism 2001



Foto 1 Poolanlage eines TUI-eigenen Hotels in Makadi Bay am Roten Meer

Liberalisierung als Schlüsselmoment der Tourismusedwicklung

Drastische Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen für die private Tourismuswirtschaft durch die Investitionsgesetze von 1989 und 1997 sowie das Devisenhandelsgesetz von 1994 eröffnen in- und ausländischen Unternehmen neue Möglichkeiten. Verbesserte Bestimmungen zu Eigentums Garantien, Investitionsschutz und Steuervergünstigungen, die Öffnung für Direktinvestitionen, die Liberalisierung des Bodenmarktes und des Luftverkehrs sowie der preisgünstige Verkauf ausgedehnter Küstenabschnitte an Investoren zusammen mit dem Abschluss von Doppelbesteuerungsabkommen machen ein unternehmerisches Engagement wesentlich attraktiver als in den 1980er Jahren. Die Regierung erzielt mit dieser Liberalisierungsstrategie und den Diversifizierungsanstrengungen eindrucksvolle Erfolge. Das Landschaftsbild weiter Küstenregionen wird mittlerweile von Hotel- und Resortkomplexen beherrscht [Foto. 1], wobei die Wachstumsschwerpunkte der Beherbergungskapazitäten vor allem am Roten Meer und an der Ostküste des Sinai zu finden sind. Besonders Hurghada und Sharm el-Sheikh expandieren [Abb. 2].

Durch das stark wachsende Engagement transnationaler Unternehmen und die Verbreiterung des Angebotes überspringen die Touristenzahlen in der Saison 1999/2000 erstmals die 5-Millionen-Marke [Abb. 3]. Diese dynamische Entwicklung wird fast ausschließlich von steigenden Touristenzahlen aus den westlichen Industriestaaten getragen, wobei Deutschland, Italien, Großbritannien, Frankreich und die USA die wichtigsten Quellländer und Wachstumsmärkte sind.

Bedeutung des Tourismus für die ägyptische Volkswirtschaft

Ägypten hat mit den hier beschriebenen Entwicklungsstrategien eindrucksvolle Erfolge erzielt. Von 1986 bis 2000 konnte eine Vervielfachung der Deviseneinnahmen aus dem Tourismus erreicht werden. Im Wirtschaftsjahr 2000/2001 stammten fast 20% der Deviseneinnahmen des Landes aus dem Tourismus, der nach Schätzungen in diesem Zeitraum für fast 21% des ägyptischen Bruttoinlandsproduktes verantwortlich ist. Er weist zudem, gemessen am Umsatz, die höchsten Arbeitsplatzpotenziale aller Wirtschaftssektoren auf. Der Tourismus nimmt damit nicht nur eine Schlüsselposition für die ägyptische Wirtschaftsentwicklung ein, sondern er trägt durch seine positiven wirtschaftlichen Effekte inklusive einer hohen Beschäftigungsquote auch wesentlich zur Stabilisierung des politischen Systems bei.

Abb. 3 Touristenankünfte seit der Saison 1986/87 bis 2002/03 Quelle: Ministry of Tourism

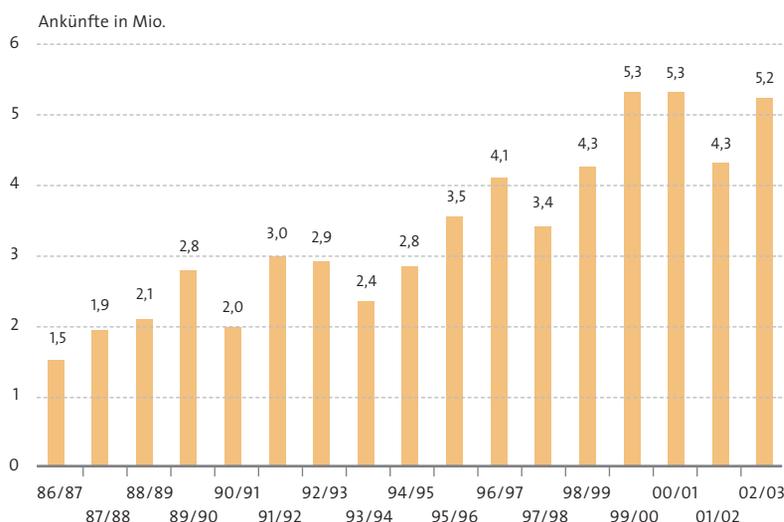
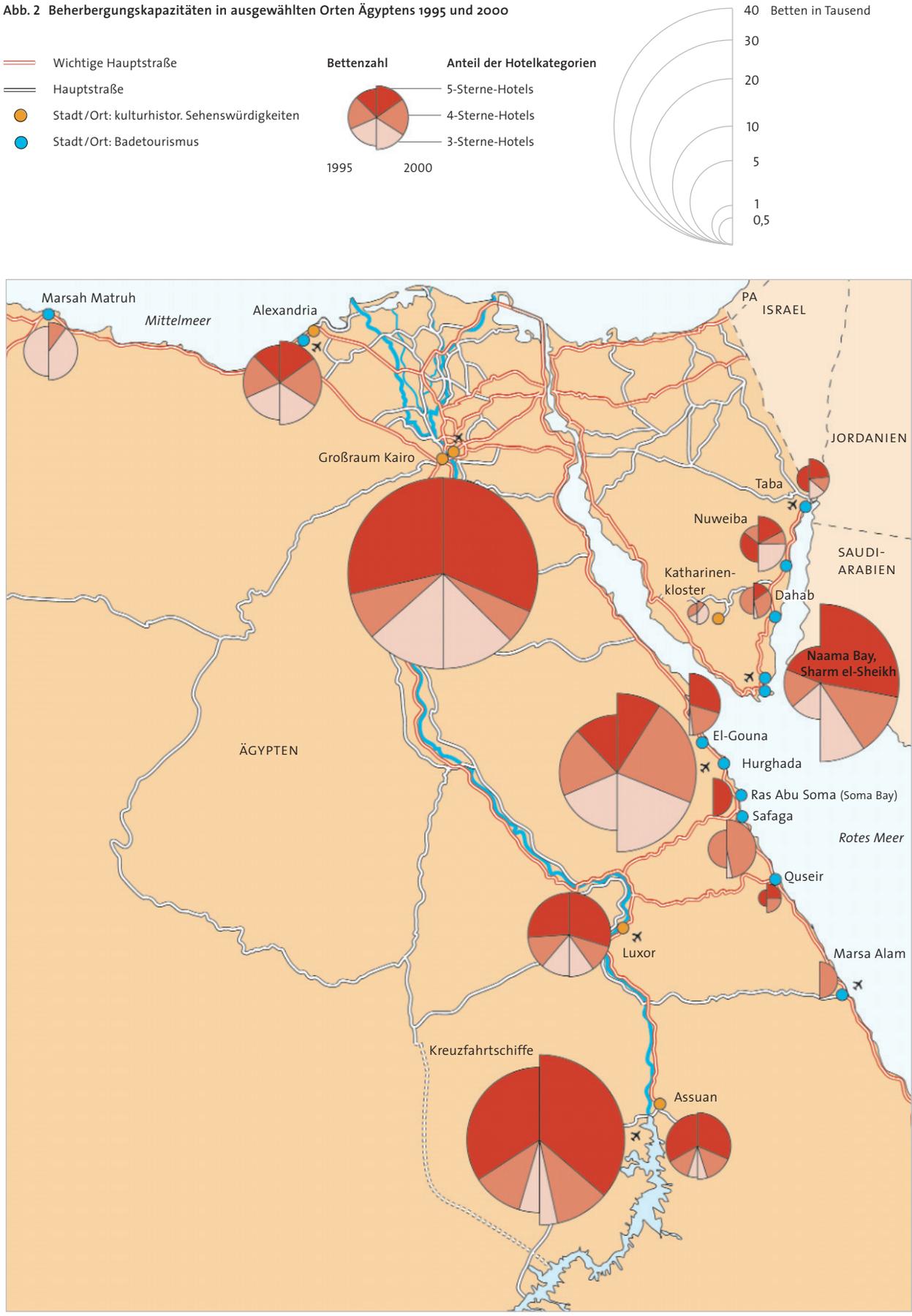


Abb. 2 Beherbergungskapazitäten in ausgewählten Orten Ägyptens 1995 und 2000



370
371

Quellen: Ministry of Tourism 1996 und 2001; Egyptian Hotel Association 1995
Entwurf/Kartographie: C. Steiner 2002, bearb. I. Meyer

Einfluss politischer Unruhen auf die Touristenankünfte

Problematisch für die Tourismusentwicklung erweist sich jedoch die Konzentration auf Touristen aus westlichen Industriestaaten. Sie reagieren besonders sensibel auf politische Unruhen und ändern schnell ihre Reiseziele. Die erheblichen Schwankungen der Touristenzahlen in den letzten Jahrzehnten können dementsprechend weitgehend den politischen Unruhen im Nahen Osten und den durch sie beeinflussten Nachfrageveränderungen angelastet werden. Es spielt dabei kaum eine Rolle, ob sich politische Unruhen in Ägypten selbst oder in anderen Staaten der Region ereignen, da Europäer und Amerikaner die Region offenbar als eine Einheit wahrnehmen und ihre Risikoeinschätzung von einzelnen Ländern auf die gesamte Region übertragen. Durch diesen wahrnehmungsbedingten „Nachbarschaftseffekt“ ist es zu erklären, dass die Touristenzahlen in Ägypten z. B. während des Irak-Kuwait-Krieges 1990/91 stark zurückgingen [Abb. 3]. Terroristische Anschläge, die 1993 und 1994 gegen Touristen in Ägypten verübt wurden, sowie vor allem das Luxor-Attentat 1997 lösten ähnliche Wirkungen aus. In direkter Folge des Luxor-Attentates wurden bis zu 90 % der Pauschalreisen storniert und die Hotelauslastungsquoten brachen stark ein.

Die Verbesserung der Sicherheitslage in Ägypten hat zu einer Erholung des Tourismus geführt. Seit 2000 lässt sich eine Stagnation der Touristenzahlen auf hohem Niveau verzeichnen, die auf einen Nachbarschaftseffekt durch die Zweite Intifada in Palästina zurückgeführt werden kann. Im Zuge der Ereignisse des 11. September brachen die Touristenankünfte wiederum drastisch ein. Der Nahe Osten war mit Rückgängen von rund 30 % bei den Touristenankünften weltweit am stärksten betroffen. In Ägypten gingen die Ankünfte direkt nach den Anschlägen kurzfristig sogar um über 50 % zurück.

Arabische Touristen zeigen sich in ihrem Reiseverhalten viel unempfindlicher in Bezug auf politische Unruhen. Ein Nachbarschaftseffekt lässt sich in dieser Touristengruppe – wahrscheinlich auf Grund besserer Kenntnisse der regionalen Situation – nicht belegen.

Die Rolle transnationaler Unternehmen und lokaler Investoren

Die Tourismuswirtschaft ist zugleich Motor wie Ausdruck der ökonomischen, kulturellen und sozialen Globalisierung. Der internationale Pauschalismus wird weitgehend von transnationalen Unternehmen dominiert. Wenige große Tourismuskonzerne wie TUI oder Thomas Cook beherrschen den europäischen Quellmarkt und entscheiden mit ihren Reiseveranstaltern, Charterfluggesellschaften und Marketingpotenzialen in wesentlichem Maße über die räumliche Lenkung der touristischen Nachfrage. Sie sind durch ihre globalen Aktivitäten in der Lage, sehr schnell und flexibel auf neue Entwicklungen zu reagieren. Die räumlich lenkende Marktmacht dieser Unternehmen ist besonders für Standorte relevant, die eine ortsunabhängige touristische Nachfrage befriedigen und die kaum über Merkmale verfügen, die sie als einzigartig oder unverwechselbar kennzeichnen. Dies trifft weitgehend auf die jungen und „künstlich“ entwickelten Baderesorts Ägyptens zu. Sie sind somit als Ziele weitgehend austauschbar.

Die führenden Tourismuskonzerne und Reiseveranstalter kooperieren bevorzugt mit transnationalen Hotellerieunternehmen, die für eine gleich bleibende und berechenbare Dienstleistungsqualität Gewähr leisten. Durch ihre unternehmensspezifischen Vorteile wie internationale Vertriebsmöglichkeiten, globaler Know-how-Transfer, weltweiter Einkauf u. ä. verfügen sie zudem über Wettbewerbsvorteile gegenüber einheimischen Konkurrenten auf dem globalisierten Tourismusmarkt. Dies hat zur Folge, dass sich lokale und regionale arabische Unter-



nehmen überwiegend auf die Finanzierung und den Bau der Hotelanlagen konzentrieren und transnationale Hotellerieunternehmen den Betrieb der Anlagen in Form von Management- und Franchiseverträgen übernehmen.

Mit diesen Entwicklungen geht jedoch ein lokaler Kontrollverlust einher. Die Kontrollmacht über standortentwicklungsrelevante Entscheidungen üben zunehmend die Konzernzentralen der transnationalen Unternehmen aus, während das Investitionsrisiko bei den lokalen Investoren verbleibt. Die Außenabhängigkeit wächst. Würde sich beispielsweise ein großer Tourismuskonzern wegen einer regional verschärften Sicherheitslage entscheiden, seine Charterflüge in ein Land einzustellen und andere Zielgebiete zu bevorzugen, könnte auch eine noch verbleibende touristische Nachfrage wegen fehlender Transportmöglichkeiten nicht mehr bedient werden.

Wohin geht die Destinationsentwicklung?

Das Beispiel El-Gouna

Durch die Globalisierung auf der Nachfrager- und Anbieterseite ergibt sich ein enormer Wettbewerbsdruck für die Tourismusstandorte. Besonders die jüngst errichteten „künstlichen“ Tourismusorte am Roten Meer und auf dem Sinai [Foto 2] sind deshalb im Rahmen integrierter Planungskonzepte bestrebt, einen eigenständigen Charakter zu entwickeln und damit eine ortsspezifische Nachfrage zu erzeugen. Durch die Einbeziehung von Sicherheitsmaßnahmen in die Planungskonzepte wird versucht, eine Abmilderung der durch politische Unruhen ausgelösten Nachfrageschwankungen zu erreichen. Wie sich zeigt, behaupten sich vor allem diese integrierten Standortkonzeptionen überdurchschnittlich gut im Markt.

Foto 2 Naama Bay, Sharm el-Sheikh –
das bedeutendste Tourismuszentrum auf dem Sinai

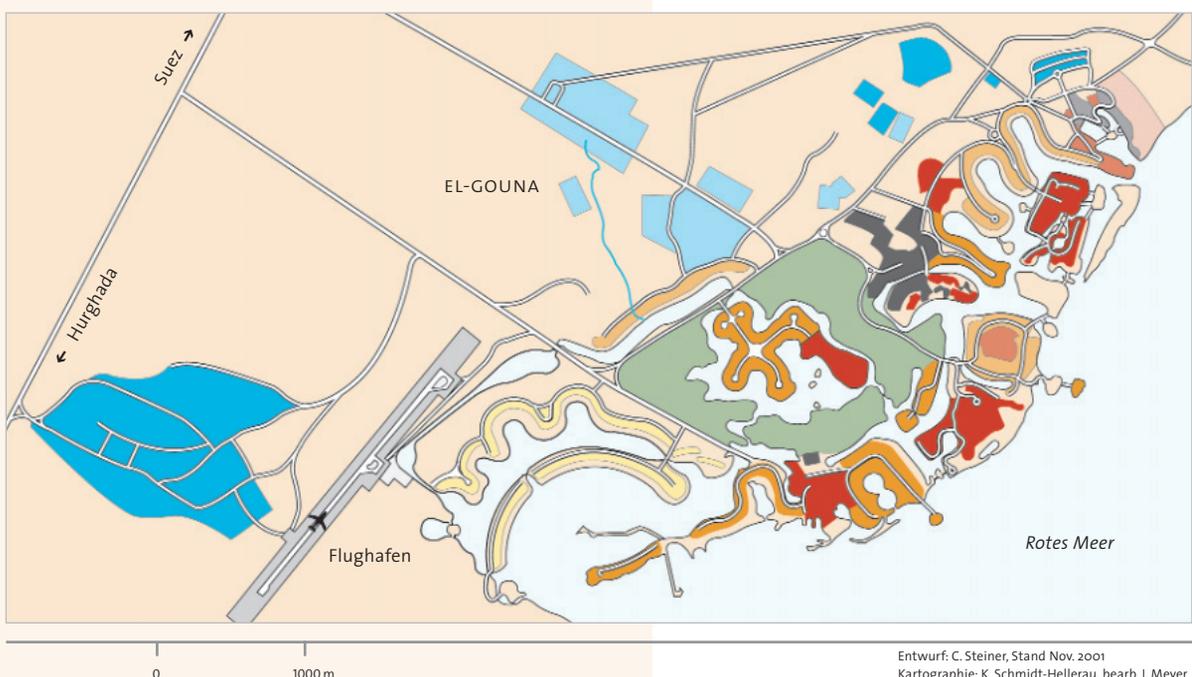
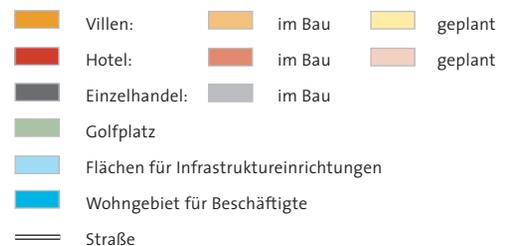


Foto 3, oben Steigenberger Golf Resort in El-Gouna mit Golfplatz im Hintergrund

Foto 4, unten Villen mit Zugang zum Lagunenstrand in El-Gouna

Als Muster eines solchen Standortes präsentiert sich El-Gouna etwa 20 km nördlich von Hurghada am Roten Meer. El-Gouna ist ein durch einen großen ägyptischen Investor erbauter eigenständiger Ort [Abb. 4] inklusive privat errichteter Infrastruktur. Die Siedlung umfasst eine Fläche von etwa 1150 ha und erstreckt sich über einen Küstenabschnitt von rund 10 km. Die Gesamtinvestitionen beliefen sich seit der Gründung 1989 bis Herbst 2001 auf etwa 400 Mio. US-Dollar. Der Betrieb von mehreren Hotels wurde in Form von Managementverträgen an transnationale Hotelunternehmen übergeben [Foto 3], die sich im Wesentlichen auf den europäischen Tourismusmarkt konzentrieren. Zur Attraktivitätssteigerung des Ortes tragen die künstlich angelegten Lagunen, die architektonisch anspruchsvolle Gestaltung durch internationale Spitzenarchitekten, ein Golfplatz, ein Yachthafen sowie der neu errichtete Ortskern mit Einzelhandelsgeschäften bei.

Abb. 4 Funktionale Gliederung von El-Gouna



Die ganzjährige Auslastung des Ortes und der Infrastruktur soll durch die Integration von Villen und Apartments in die Anlage erhöht werden [Foto 4]. Hier finden sich weit überwiegend Zweit- und Ferienwohnsitze reicher Ägypter und Ausländer, die meist längerfristig in Ägypten, insbesondere in Kairo, beschäftigt sind. Die Anzahl permanenter Einwohner hat bislang allerdings nicht das erhoffte Ausmaß erreicht. Nur wenige Villen und Apartments werden von leitenden Angestellten und Mitarbeitern aus El-Gouna und dem nahen Hurghada ganzjährig bewohnt. Die gesamte Anlage wird – entsprechend des Konzeptes von „Gated Communities“ – von privaten Sicherheitsdiensten überwacht und der Zugang an den Toranlagen kontrolliert.

Fazit: Regionalisierung als Chance im globalen Markt?

Bei entsprechender politischer Weichenstellung wie im Ägypten der 1990er Jahre bietet der internationale Pauschal Tourismus bedeutende wirtschaftliche Perspektiven für die Länder der Arabischen Welt. Besonders die Staaten mit potenziellen Ganzjahres-Baderesorts am Roten Meer und am Persisch-Arabischen Golf könnten zukünftig von ihrer Nähe zu den europäischen Quellmärkten weitaus mehr profitieren als heute.

Gleichzeitig ist der internationale, europäische und amerikanische Tourismusmarkt jedoch sehr empfindlich für politische Unruhen. Die Entwicklungsstrategie der Konzentration auf den vor allem europäischen Massentourismusmarkt hat sich mit hohen Wachstumszahlen aber auch dramatischen Einbrüchen in Ägypten als zweischneidig herausgestellt. Die Globalisierung der Anbieter- und Nachfragebeziehungen erzeugt eine hohe Verletzlichkeit und Außenabhängigkeit der touristischen Märkte. Die Marktmacht der global agierenden Tourismuswirtschaft verstärkt gleichzeitig den daraus resultierenden Kontrollverlust über lokale Entwicklungen.

Durch integrierte Standortentwicklungskonzepte kann dem nur begrenzt entgegen gewirkt werden. Wie sich unter diesen Bedingungen die Entwicklungsperspektiven der touristischen Zielgebiete in Ägypten und der übrigen Arabischen Welt darstellen, wird sich auch daran entscheiden, ob mit dem Wachstum des „islamischen Tourismus“ ein neues, regionales und stabiles Standbein der Tourismusentwicklung dem globalen Markt zur Seite gestellt werden kann.

Foto 5 Hotelkomplex in El-Gouna

