

## **Manuskript für Beitrag in:**

**Herbert Popp (Hrsg.):  
Neuere Trends in Tourismus und Freizeit.  
Bayreuth 2001, S. 53-71  
(=Bayreuther Kontaktstudium Geographie, 1)  
ISBN 3-932820-19-3, Passau: L.I.S. Verlag, € 17,50**

Leider bereits vergriffen!



# Tendenzen der Tourismusedwicklung im Mittelmeerraum im Überblick: Zahlen, Tendenzen, Konflikte

ANDREAS KAGERMEIER (Universität Paderborn)

## 1 Neuere Trends in Freizeit und Tourismus als Rahmenbedingung für die Perspektiven des Mittelmeerraums als Tourismusregion

Der Tourismusmarkt war in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts von einem kontinuierlichen Wachstum gekennzeichnet, das im wesentlichen in Angebotssegmenten stattfand, die untereinander in einem relativ stabilen Gleichgewicht standen. Entspannungsorientierter Strandurlaub und kulturorientierter Rundreisetourismus bildeten die beiden zentralen Säulen dieses Marktes. Gleichzeitig war lange Zeit eine relativ klare Abgrenzung zwischen Jahreshaupturlaub und Naherholung (zumeist mit einer starken Orientierung auf landschaftlich reizvolle Zielgebiete) möglich.

Vor diesem Hintergrund hat sich der Mittelmeerraum mit seinen Angeboten für den küstenorientierten Badetourismus und seinen kulturhistorisch bedeutsamen Zielen sowie der Nähe zu einem der Hauptquellgebiete des internationalen Tourismus zur weltweit wichtigsten Urlaubsregion entwickeln können, auf das 1997 ein gutes Viertel sämtlicher Einkünfte im internationalen Tourismus entfiel.

In den letzten Jahren zeichnen sich allerdings gravierende qualitative Änderungen im Tourismusmarkt ab, die vermuten lassen, dass das von relativ gleichmäßigen Wachstumskennziffern in allen Segmenten geprägte Bild erhebliche Modifikationen erfahren wird. Auf der Angebotsseite

- werden im Segment der Fernreisen immer weitere Zielgebiete erschlossen, die begünstigt durch einen nach wie vor sinkenden Distanzüberwindungsaufwandes (v.a. bedingt durch niedrige Flugpreise) zunehmende Marktanteile an sich binden möchten
- werden mehr und mehr Freizeit- und Urlaubsangebote in sog. „Künstlichen Erlebniswelten“ geschaffen, in denen relativ standortunabhängig Inszenierungen von Realkulissen als Simulation der Realität ablaufen. Ein Beispiel hierfür stellen z.B. die Center Parcs dar, in denen mit „tropischen Badeparadiesen“ unter klimatisierten Glaskuppeln die mediterranen und karibischen Standortbedingungen nachempfunden werden. Aber auch Brand Lands, Urban Entertainment Center und thematisch orientierte Freizeitparks stellen neue Angebotsformen für konsumorientierte Nachfrager dar (vgl. Kasten 1).

Mindestens genau so bedeutend sind daneben auch die in den letzten Jahren zu konstatierenden Veränderungen auf der Nachfrageseite:

- die zunehmende Ausdifferenzierung der Gesellschaften in den westlichen Industrieländern führt zu einer Pluralität von Lebensstilen, die sich auch in einer Aufsplitterung der Nachfrage nach Freizeit- und Urlaubsangeboten manifestiert. Insbesondere das Urlaubsverhalten von urban geprägten, gut verdienenden

Ein- und Zwei-Personen-Haushalten entspricht immer weniger dem klassischen Schema von einem oder zwei Jahresurlauben und reinen Wochenendausflügen in den Nahraum. Vielmehr werden unterschiedlichste zeitliche Varianten realisiert, die von verlängerten Wochenenden in New York bis zum mehrmonatigen Aufenthalt in Nepal reichen.

- Damit verbunden ist auch eine mehr und mehr ausgeprägte Multioptionalität der Nachfrager, d.h. von der selben Personen werden ganz unterschiedliche Arten und Niveaus von Urlaubsangeboten nachgefragt werden. Exemplarisch für die Vielzahl von Optionen, die von einer Person wahrgenommen werden kann vielleicht nachstehende Abfolge stehen: Auf eine mehrtägige exklusive und kulturell motivierte Städtereise kann ein dreiwöchiger All-Inclusive Tauchurlaub in einem Ressort auf den Seychellen folgen, an das sich ein Selbsterfahrungswochenende mit Survival-Charakter in den Alpen anschließt.
- Das Angebot an künstlichen Erlebniswelten korrespondiert mit einer Nachfrage nach einerseits standardisierten aber gleichzeitig emotional aufgeladenen und ästhetisierten Erlebnissen, die in starkem Maß konsumorientiert sind.

Bei der Betrachtung der Entwicklungsperspektiven des Mittelmeerraums mit seiner traditionellen Hauptorientierung auf die Merkmale „Sonne, Strand und Meer“, die ihm lange Zeit ein gewisses Alleinstellungsmerkmal in Europa verschafften, ist folglich zu beachten, dass sich der touristische Wirtschaftssektor zur Zeit in einem verstärkten Wandlungsprozess befindet, der in Geschwindigkeit und Intensität künftig eher noch zunehmen dürfte. Demzufolge werden mit dem Beitrag nicht nur die räumliche Differenzierung, die Rolle des Tourismus für die Volkswirtschaften und aktuelle Konfliktlinien aufgezeigt, sondern vor allem auch die Entwicklungsperspektiven diskutiert.

## **2 Räumliche Differenzierung der Nachfrage**

Auch wenn die ersten Ansatzpunkte eines küstenorientierten Tourismus bereits bis in die Antike zurückreichen, werden als Ausgangspunkt der heutigen touristischen Entwicklung in der Neuzeit vor allem die Winteraufenthalte von wohlhabenden Briten an der italienischen *Riviera* und französischen *Côte d'Azur*, aber auch an der spanischen *Costa del Sol* im 19. Jahrhundert gesehen (KULINAT 1991, S. 432; 1998, S. 32 f.). Die erste zahlenmäßig bedeutsame Zunahme der Besucher zu einer wahrhaften Phase des Massentourismus erfolgte für die drei „traditionellen“ Länder des mediterranen Küstentourismus – Italien, Frankreich und Spanien – von Mitte der 50er Jahre bis Mitte der 70er Jahre.

Die quantitative Hauptausbauphase fällt in den weiter von Westeuropa entfernt liegenden Staaten des östlichen Mittelmeerraums<sup>1)</sup> und der südlichen, nordafrikanischen Gegenküste in den Zeitraum Mitte der 70er bis Mitte

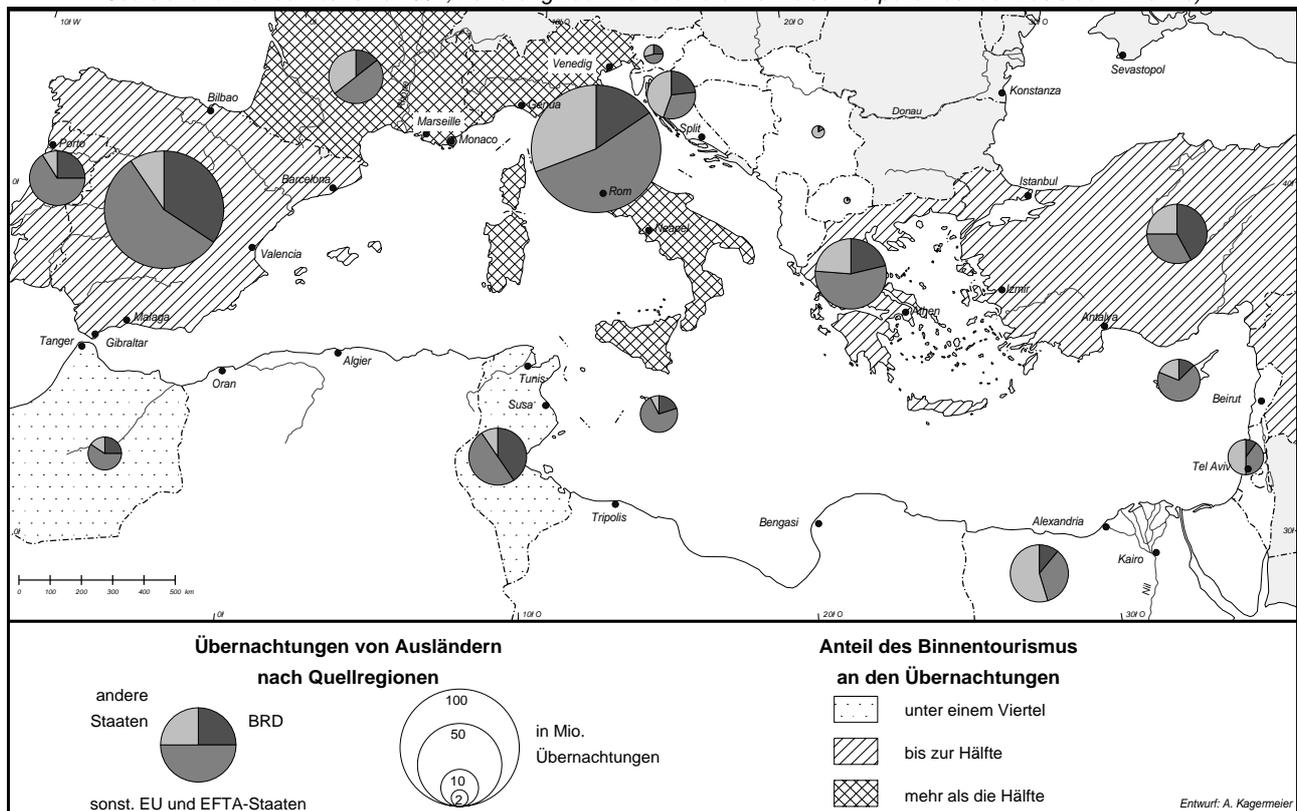
---

1) Unter dem Begriff „Mittelmeerländer“ werden in diesem Beitrag alle unmittelbaren Mittelmeeranrainerstaaten sowie Portugal, d.h. auf all jene Staaten, die von der *World Tourism Organization* (WTO) zur Gruppe der *Mediterranean Countries* gerechnet werden (WTO 1999, II, S. 142). Abweichend von der WTO-Abgrenzung, die sich nur auf ganze Staaten bezieht, wurde allerdings für Frankreich nur der mediterrane Teil (d.h. die Raumordnungsregionen Provence-Alpes-Côte d'Azur und Languedoc-Roussillon; vgl. *Secrétariat d'Etat au Tourisme* 1999) berücksichtigt.

der 90er Jahre und erfolgt überwiegend als Flugtourismus. Diese Grundtendenz wurde jeweils durch nationale politische Verhältnisse und den politischen Willen der nationalen Regierungen akzentuiert bzw. modifiziert. - So förderte z.B. die tunesische Regierung die touristische Erschließung bereits ab Beginn der 70er Jahre offensiv (KASSAH 1997), während die libysche Küste bis heute nahezu nicht für den internationalen Badetourismus in Wert gesetzt wurde.

Der historische Entwicklungsvorsprung der drei klassischen Mittelmeerurlandsländer Italien, Frankreich und Spanien paust sich auch heute noch im Nachfragevolumen durch. Auf diese drei Länder entfielen 1996 noch 55 % der 470 Millionen registrierten Übernachtungen von Ausländern im Mittelmeerraum, während die nordafrikanische Gegenküste und der östliche Mittelmeerraum – absolut betrachtet – durchgängig noch wesentlich geringere absolute Übernachtungszahlen aufweisen (vgl. Abb 1). Bei Betrachtung relativer Kennwerte stellt sich die Situation demgegenüber etwas differenzierter dar (vgl. hierzu Kasten 2).

Abb. 1: Übernachtungen ausländischer Touristen (differenziert nach Herkunftsregionen) in den Mittelmeerländern im Jahr 1996 sowie Anteile des Binnentourismus  
 (Quelle: WTO 1998a und 1998b, Eurostat 1999, PCBS 2000, PINAR 1998, Royaume du Maroc 1998, Republique tunisienne, Secrétariat d'Etat au Tourisme 1997; Aufteilung nach Nationalitäten teilweise interpoliert auf der Basis der Ankünfte)



Hinsichtlich der Herkunftsgebiete der ausländischen Touristen lassen sich im wesentlichen zwei Typen von Zielländern unterscheiden:

- 1) Zielländer mit einer vorherrschenden Orientierung auf den Badetourismus (in Spanien, Tunesien, Zypern etc.) sind sehr stark auf die EU- und EFTA-Staaten als Quellgebiete konzentriert.
- 2) Demgegenüber ist der Anteil von Touristen aus anderen Quellgebieten in Ländern mit einer stärkeren kulturtouristischen Komponente (z.B. Italien, Griechenland, Türkei, Israel und Ägypten) deutlich höher. Hauptquellgebiete stellen neben den westeuropäischen Ländern dabei vor allem die übrigen OECD-Staaten

dar. Einen gewissen Sonderfall bildet Ägypten, das auch stark von Touristen aus den arabischen Nachbarstaaten nachgefragt wird.

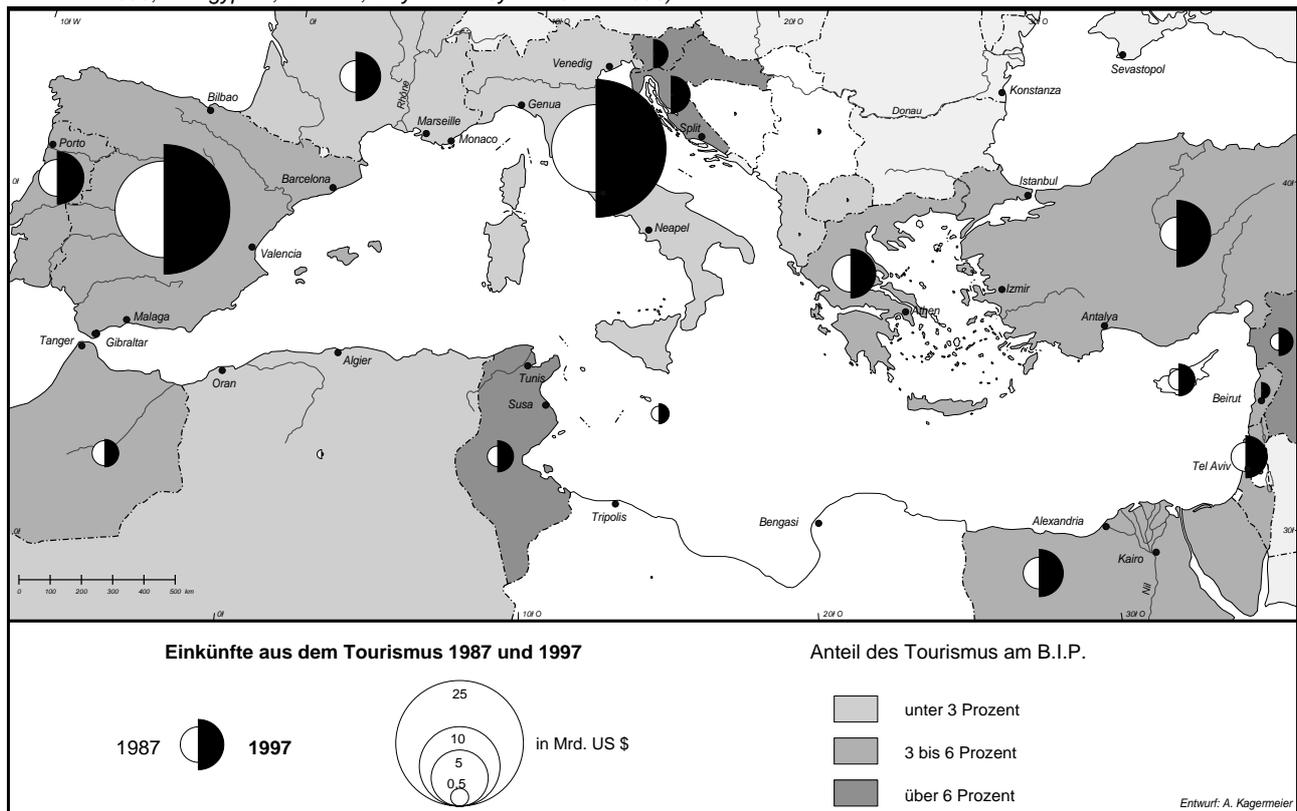
Die Erhebungen touristischer Zahlen durch die WTO sind nicht nur insofern mit Vorsicht zu genießen, als sie keineswegs nach identischen Prinzipien erfasst wurden, sondern auch weil sie ihre Aussagen ausschließlich auf die Einreisen von Ausländern beschränken. Damit wird z.B. in Frankreich der erhebliche Anteil von Franzosen, die ihren Urlaub im eigenen Land verbringen, nicht mit berücksichtigt. Auch in den übrigen Mittelmeeranrainerstaaten spricht alles dafür, dass der Binnentourismus mittlerweile einen so wichtigen Anteil am Gesamttourismus ausmacht, dass man zu Fehlaussagen gelangt, wenn man ihn ausklammert.

Statistisch sind die Binnentouristen generell noch weniger verlässlich erhoben als die ausländischen Touristen pro Land. Deshalb sind die in der Abbildung 1 ausgewiesenen Anteile des Binnentourismus am Gesamttourismus lediglich als grobe (deutlich zu gering ausfallende) Größenordnungen zu verstehen (genauer in Kasten 3). Gleichwohl kommen auch unter diesen problematischen Datenbedingungen sehr klar diejenigen Länder heraus, in denen der Binnentourismus überwiegt. Dabei gilt tendenziell, dass die Anteile des Binnentourismus mit der Wirtschaftskraft des Landes ansteigen. So weisen Frankreich und Italien, Länder mit einem Bruttoinlandsprodukt von über 20.000 US \$ pro Einwohner die höchsten (offiziell registrierten) Anteile von Binnentouristen auf; mehr als 60 % der offiziell registrierten Übernachtungen entfällt hier auf Inländer. Im Gegenzug ergeben sich (bei den Ländern in denen Angaben über den Binnentourismus verfügbar sind) die niedrigsten Binnentourismusanteile in Marokko, Tunesien und Palästina, d.h. in den Ländern des Mittelmeerraums mit der geringsten durchschnittlichen Kaufkraft der Bevölkerung. Der Zusammenhang zwischen diesen beiden Größen ist so stark ausgeprägt, dass sich rein rechnerisch ein Korrelationskoeffizient von 0,83 ergibt (vgl. hierzu auch Kasten 3). Umgekehrt könnte nun auch vermutet werden, dass der Anteil der Binnentouristen auch von der Tourismusintensität beeinflusst wird, d.h. ein hoher Anteil von ausländischen Touristen zu einer Reduzierung der relativen Bedeutung des Binnentourismus führt. Zwischen diesen beiden Größen könnte folglich ein negativer Zusammenhang bestehen. Allerdings berechnet sich hier ein gegen Null tendierender Korrelationskoeffizient von 0,016, d.h. die vorliegenden Daten stützen die Hypothese eines möglichen Zusammenhangs zwischen beiden Größen nicht.

### **3 Bedeutung des Tourismus für die nationalen Volkswirtschaften**

Im Rahmen einer quantitativ ausgerichteten Analyse des Tourismus im Mittelmeerraum ist sicherlich auch auf die Bedeutung dieses Wirtschaftszweiges in den Zielländern einzugehen. In Abbildung 2 sind (wieder im wesentlichen auf der Basis der WTO Daten) die absoluten Werte der Einkünfte in den Jahren 1987 und 1997 sowie die Anteile des internationalen Tourismussektor am Bruttoinlandsprodukt der jeweiligen Länder dargestellt. Die absoluten Werte im Jahr 1997 korrespondieren im wesentlichen mit den in Abbildung 1 bereits behandelten absoluten Werten der Übernachtungszahlen (Korrelationskoeffizient = 0,91).

Abb 2: Einkünfte der Mittelmeerländer aus dem internationalen Tourismus 1987 und 1997 sowie Anteile der tourismusbedingten Einkünfte am Bruttoinlandsprodukt (BIP) (Quelle: WTO 1989, 1998a und 1998b, World Bank 1998; für Ägypten, Libanon, Libyen und Syrien: Stand 1996)



Die relative Bedeutung für die einzelnen Volkswirtschaften hängt allerdings – wie bei der Tourismusintensität – nur begrenzt mit den absoluten, der von der offiziellen Statistik ausgewiesenen Werten, direkt aus dem internationalen Tourismus resultierenden Einnahmen. Sie steht vielmehr in einem Wechselspiel mit der absoluten **Einwohnerzahl** des jeweiligen Landes und vor allem dem **wirtschaftlichen Entwicklungsstand**. Diese beiden Größen beeinflussen die unterschiedlichen relativen Bedeutungswerte des Tourismussektors für die Volkswirtschaften in erheblichem Maß.

Zu weniger als 3 % am Bruttoinlandsprodukt (B.I.P.) der jeweiligen Länder trägt der internationale Tourismus (abgesehen von Ländern mit extrem geringen Besucherzahlen) in den beiden Ländern Frankreich und Italien mit der höchsten Wirtschaftskraft bei. In der Mittelgruppe rangieren einerseits Staaten mit hohen Touristenzahlen und mittleren Werten beim B.I.P. (10.000 bis 20.000 US \$) wie Spanien, Portugal, Griechenland oder Israel. Andererseits zeigt sich aber bereits in dieser Gruppe die relativ höhere Bedeutung des internationalen Tourismus für Volkswirtschaften mit nur sehr schwach ausgebildeten anderen Wirtschaftszweigen, wie z.B. Ägypten und Marokko. Dort resultieren bei einer niedrigen Tourismusintensität trotzdem merkliche Anteile des Volkseinkommen aus diesem Wirtschaftszweig. Damit kann tendenziell formuliert werden, dass die Abhängigkeit der jeweiligen Mittelmeerländer vom internationalen Tourismus um so geringer ist, je stärker die anderen Wirtschaftszweige ausgeprägt sind.

Hohe Tourismusintensität und relativ geringes Einkommensniveau kennzeichnen die Spitzengruppe. Insbesondere gilt dies für Tunesien, den Spitzenreiter unter den Mittelmeerländern hinsichtlich der

volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus (vgl. MIOSSEC 1999). Dort werden etwa 9 % des B.I.P. direkt im internationalen Tourismus erwirtschaftet. Einschließlich der indirekten Wirkungen in vor- und nachgelagerten Bereichen kann davon ausgegangen werden, dass in Tunesien fast ein Viertel des Volkseinkommens aus dem internationalen Tourismus resultiert.

Neben der Situation für das Jahr 1997 ist zum Vergleich auch der Stand im Jahr 1987 dargestellt, um Entwicklungstendenzen festmachen zu können. Insgesamt sind die aus dem internationalen Tourismus resultierenden Einkünfte in den Mittelmeerländern in diesen zehn Jahren von gut 50 Mrd. US \$ auf fast 120 Mrd. US \$, und damit um fast 130 % angestiegen. Besonders dynamisch ist die Entwicklung mit einer Steigerung um über 300 % dabei in einem der „jüngeren“ Zielgebiete, der Türkei, verlaufen. Demgegenüber bildet das bereits früh erschlossene Spanien mit einer relativen Zunahme von nur 80 % eines der Schlusslichter. In diesem von den beiden Extremtypen aufgespannten Rahmen findet sich allerdings eine breite Variation.

So konnten auch Frankreich und Italien, d.h. die beiden anderen früh erschlossenen Urlaubsländer noch leicht überdurchschnittliche Steigerungen von 135 bzw. 146 % verbuchen. Umgekehrt liegen die Steigerungsraten in Ägypten mit 122 % und Tunesien mit 129 % leicht unter dem Durchschnitt der Gesamtregion. Ein Zusammenhang zwischen dem Alter einer Tourismusregion und der Wachstumsdynamik kann zumindest für den betrachteten Zeitraum nicht festgestellt werden.

Trotz der nach wie vor im Mittelmeerraum vorhandenen Wachstumsdynamik lag diese doch erheblich unter der globalen Wachstumsrate. Daher hat der Mittelmeerraum, der 1987 noch 33 % aller Einnahmen aus dem internationalen Tourismus auf sich ziehen konnte (nach WTO 1989), in den folgenden 10 Jahren relativ an Bedeutung verloren. Sein Anteil am Weltmarkt sank bis 1997 auf 27 % ab (nach WTO 1999). Der relative Bedeutungsverlust des Mittelmeerraumes erfolgt allerdings, ohne dass sich eine räumlich klar identifizierbare neue Konzentration in einem anderen Raum aufgebaut hätte. Einzelne Fernreisedestinationen wie z.B. die Dominikanische Republik kommen nur auf 0,42 % der weltweiten Einnahmen aus dem internationalem Tourismus, d.h. der Grad der Konzentration auf eng begrenzte Zielregionen des internationalen Tourismus nimmt deutlich ab, und der internationale Tourismus verteilt sich auf immer mehr über die ganze Welt verstreute Zielgebiete. Die zunehmende Diversifizierung der Zielgebiete mit vielen kleineren, dynamisch wachsenden Regionen (von Nepal über Malaysia bis zu den Seychellen) führt in der Summe zu einem relativen Bedeutungsverlustes des Mittelmeerraums.

#### **4 Ökologische Konfliktlinien der touristischen Erschließung**

Von den unterschiedlich möglichen Konfliktlinien zwischen der touristischen Nutzung einer Region, die von der sozio-kulturellen Überprägung<sup>2)</sup> bis zu Konkurrenzen mit agrarischen Aktivitäten<sup>3)</sup> reichen, soll an dieser Stelle nur kurz die ökologische Dimension gestreift werden. Dieser Fokus wird gesetzt, weil die sozio-kulturellen Konfliktdimensionen im Mittelmeerraum zwar vorhanden, aber sicherlich nicht so stark ausgeprägt sind, wie bei vielen anderen Fernreisedestinationen. Die Landnutzungskonkurrenz betrifft v.a. die Erschließungsphase im Übergang von stärker agrarisch geprägten Regionalökonomien hin zu einer stärker tertiär ausgerichteten Wirtschaftsstruktur, in der die touristische Funktion – wie andere rentablere Wirtschaftszweige auch – sich auf dem Bodenmarkt durchsetzt. Damit sind diese Konflikte im wesentlichen temporärer Art und stellen in den bereits vor längerer Zeit erschlossenen Tourismusregionen kein gravierendes Spannungsfeld mehr dar.

Umgekehrt sind die mit dem Tourismus verbundenen Beeinträchtigungen der Umwelt zumeist von Dauer und nur begrenzt durch die oftmals positiven ökonomischen Effekte kompensierbar. Dabei führen vor allem zwei Dimensionen zu erheblichen ökologischen Konflikten, die Überschreitung von Grenzen der Tragfähigkeit sowie die unzureichende Vorsorge gegen negative ökologische Folgen.

##### **Überschreitung von Tragfähigkeitsgrenzen**

Ein klassischer Fall der Überschreitung von Grenzen der Tragfähigkeit ist z.B. die immer weitere Ausdehnung von Tourismuszonen in ökologisch sensible Regionen. So kann BOURGOU (1999) für die tunesischen Küstenabschnitte von Sousse-El Kantaoui und Djerba-Zarzis aufzeigen, dass die jüngeren Erschließungen in geoökologisch extrem fragilen Bereichen erfolgt sind. Die baulichen Eingriffe in diesen Küstenabschnitt führen dazu, dass die Küstenerosion die Sandstrände mehr und mehr abträgt, so dass sich der Tourismus in letzter Konsequenz seine eigene Grundlage zerstört. Gleiches gilt für die übermäßige Grundwasserentnahme in vielen Küstenzonen für die touristische Nutzung, die (zumindest lokal) den Grundwasserspiegel erheblich senkt (mit entsprechenden negativen Konsequenzen für die Landwirtschaft oder die natürliche Vegetation; vgl. z.B. BIERWIRTH, 1985). Aber auch die Anlage von Golfplätzen im prä-saharischen Teil Marokkos bei mittleren Niederschlägen von um die 100 mm/Jahr oder die von JÄGGI (1994) für die tunesische Oase Douz beschriebenen Übernutzungen der Grundwasservorkommen (incl. fossiler Grundwässer) zählt zu diesen mit der touristischen Inwertsetzung verbundenen negativen Folgen.

---

2) Diese vor allem (aber nicht ausschließlich) für außereuropäische Kulturräumen diskutierte Dimension wird z.B. von LÜEM (1985) genauer aufgearbeitet. Für Tunesien sei auf die Beiträge von PFAFFENBACH 1999 und MOSER-WEITHMANN 1999 verwiesen, während auf das Verhältnis zwischen ausländischen Touristen und der einheimischen Bevölkerung in Mallorca z.B. von Llinàs (1999) behandelt wird.

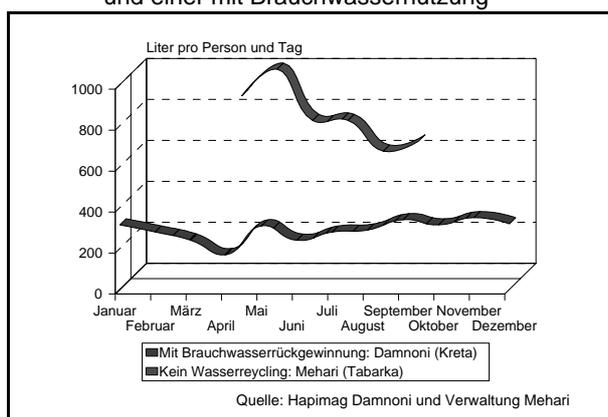
3) Auf die Nutzungskonkurrenz zwischen Landwirtschaft und Tourismus geht z.B. ACHENBACH (1993) genauer ein. Die v.a. in den agrarisch gut nutzbaren Küstenhöfen bedeutende Flächennutzungskonkurrenz zwischen der agrarischen und der touristischen Nutzung wird am Beispiel von Spanien z.B. von TYRAKOWSKI (1985) oder am Beispiel von Tunesien von SETHOM (1976) behandelt.

## Unzureichende Vorsorge gegen negative ökologische Folgen

Neben dem Nichtbeachten von ökologischen Tragfähigkeitsgrenzen werden in vielen Fällen auch einfache Möglichkeiten zur präventiven Berücksichtigung von ökologischen Konsequenzen nicht berücksichtigt. So weisen z.B. GIESSNER et al. nach, dass die Anlage der Mülldeponie in der von ihnen untersuchten Destination Tabarka in Nordwest-Tunesien an einer geologisch extrem ungünstigen Position angelegt worden ist. Diese befindet sich mitten in einem Dünengürtel, der über keine undurchlässigen Tonschichten als Sperren gegenüber dem Grundwasser verfügt, so dass mittelfristig die Grundwasserentnahme (v.a. für touristische Zwecke) möglicherweise eingestellt werden muß. Auch in solchen Fällen führt unsachgemäße Nutzung der Umwelt dazu, dass die Grundlage für den Tourismus erheblich negativ beeinflusst wird. Am Beispiel von Tabarka weisen GIESSNER et al. (1999) auch noch auf einen weiteren Aspekt unzureichender Prävention hin. Die Hotelzone wurde dort im (wind-) erosionsgefährdeten Dünengürtel angelegt. Angesichts mangelnder Gegenmaßnahmen sind damit ein Teil der angeschnittenen (teilweise fossilen) Dünen inzwischen wieder reaktiviert worden.

In den meisten Fällen der angesprochenen Konfliktlinien ist es aber nicht die touristische Nutzung per se (bzw. deren Umfang), der direkt zu den ökologischen Konflikten führt. Vielmehr ist es der inadäquate Umgang mit den natürlichen Rahmenbedingungen bzw. ein suboptimales Ressourcenmanagement, das in erheblichem Maß zur Verschärfung und Akzentuierung der Konflikte beiträgt. So zeichnet sich der Standort Tabarka dadurch aus, dass dort vor Beginn des Baus der Hotelzone eine dreistufige Kläranlage erstellt wurde, an die alle Hotels (und inzwischen auch ein Großteil der übrigen Siedlung) angeschlossen sind. Damit haben sich die anthropogen bedingten Wasserbelastungen in der Bucht von Tabarka trotz der touristischen Erschließung insgesamt reduziert.

Abb. 3: Vergleich des Wasserverbrauchs pro Gast und Tag in einer Hotelanlage ohne Wasserrecycling und einer mit Brauchwassernutzung



Ein anderes Beispiel dafür, dass in einem effizienten Ressourcenmanagement noch erhebliche Potentiale zur Reduzierung der negativen ökologischen Effekte liegen, soll am Beispiel des Wasserverbrauchs in vergleichbaren Ferienanlagen verdeutlicht werden. Dargestellt sind in Abbildung 3 zum einen der Wasserverbrauch in einem klassischen Hotel, das v.a. im Frühjahr während der Wachstumsperiode der Pflanzen einen erheblichen Wasserverbrauch aufweist, der in Spitzenzeiten bei 1.000 Liter pro Gast und Tag liegen kann. In einer Ferienanlage auf Kreta (etwa gleich Größe) wird alles Brauchwasser in

der Anlage so weit aufbereitet, dass es für die Bewässerung der Anlage genutzt werden kann. Zusammen mit entsprechenden Wasserspareinrichtungen, dem sparsamen Umgang mit dem Bewässerungswasser und der Wahl angepasster Pflanzen (vom eingesäten Rasen bis hin zu Mittagsblumen als Bodendecker) kann hier der Verbrauch um ca. 60 % reduziert werden.

Mit diesem Beispiel soll nicht suggeriert werden, durch technische und organisatorische Konzepte könnten Tragfähigkeitsgrenzen beliebig verschoben werden. Vielmehr galt es den Blick über die pauschale Verurteilung des Tourismus als Umweltzerstörer darauf zu richten, dass Umweltvorsorge durch die Beachtung von grundsätzlichen ökologischen Wirkzusammenhängen und einen optimalen Ressourceneinsatz bei gleichem Umfang des Tourismus in einer Region zu einer deutlichen Reduzierung negativer ökologischer Folgen führen kann, bzw. dass bei geplanten Erweiterungen durch intelligente Lösungen die Belastungen und Ressourceninanspruchnahme nicht unbedingt proportional dazu ansteigen müssen.

## **5 Perspektiven der touristischen Entwicklung im Mittelmeerraum**

Bei der bisherigen Analyse der Tendenzen der Tourismusedwicklung im Mittelmeerraum wurden drei zentrale Punkte angesprochen, die für die künftigen Perspektiven von Relevanz sind:

- 1) Für den Freizeit- und Tourismussektor ist insgesamt der Trend zu neuen Angebots- und Nachfragemustern zu konstatieren.
- 2) Trotz der nach wie vor zunehmenden Übernachtungszahlen im Mittelmeerraum hat dieser weltweit gesehen einen relativen Bedeutungsverlust erfahren.
- 3) Die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor ist zumindest in den Zielgebietsregionen, teilweise aber auch für die gesamte Volkswirtschaft einzelner Mittelmeerländer so bedeutend, dass eine Krise zu schwerwiegenden Problemen in den jeweiligen Staaten führen würde.
- 3) Gleichzeitig hat der Tourismus im Mittelmeerraum – v.a. an den Küsten und mit bedingt durch unzureichendes Ressourcenmanagement – oftmals die Grenzen der ökologischen Tragfähigkeit überschritten.

Der Mittelmeerraum (bei allen Unschärfen und Problemen einer Aussage auf einer derart hoch aggregierten Maßstabsebene) steht damit vor der Aufgabe, sich einerseits den rapide wandelnden Nachfragebedingungen anzupassen, dabei aber gleichzeitig die ökologischen Tragfähigkeitsgrenzen nicht zu überschreiten.

Klassische Modelle der Deutung der Entwicklung von Tourismuszielgebieten, wie das von BUTLER (1980) entwickelte Lebenszyklus-Konzept (vgl. Kasten 4) gehen davon aus, dass nach dem Stadium der Reife, in dem sich viele mediterrane Zielgebiete befinden, ein Niedergang einsetzt, wenn es nicht gelingt, durch neue Impulse einen erneuten Wachstumszyklus anzuschließen. Mit dieser wachstumsoptimistischen Grundposition ist das Lebenszyklus-Modell einzuordnen in eine Reihe von in den 60er und 70er Jahren formulierten Modellvorstellungen, die relativ einfache (um nicht zu sagen naive) Vorstellungen von Entwicklungsprozessen aufweisen. Analog zum Wachstum einer Pflanze reiche demnach eine kontinuierliche Zuführung weniger Grundstoffe aus, um reproduzierbar einen immer gleichen Prozess anzustoßen. Damit ignoriert eine solche Modellvorstellung, dass die additive Aneinanderreihung von Wachstumszyklen im Mittelmeerraum aufgrund ökologischer (sowie teilweise auch sozio-kultureller) Constraints nicht möglich ist.

Diese durch eine ökologische Fragilität der Zielregionen gegebenen Entwicklungsrestriktionen auf der Angebotsseite werden in dem Modell nicht berücksichtigt. Sie würden aber in vielen bereits heute hoch belasteten Tourismusregionen bei einer Ausweitung des touristischen Angebotes zu einem Kollabieren des ökologischen Systems führen würden.

Damit wäre als Reaktion auf die eingangs skizzierten sich verändernden Nachfragemuster eine Diversifizierung von Zielgebieten durch Umstrukturierung und Umbau im Bestand notwendig, ohne dass dieser seine finanziellen Ressourcen aus einem parallel weiterlaufenden ersten Lebenszyklus ziehen könnte.

In Kasten 5 wird am Beispiel von Mallorca aufgezeigt, dass eine solche Diversifizierung nicht ohne weiteres zu realisieren ist. Auf dieser Insel zeigen sich in extremer Ausprägung die ökologischen und gesellschaftlichen Grenzen einer rein ökonomisch motivierten Inwertsetzung für den Tourismus. Die bisherige Ausrichtung des Tourismus in Mallorca und das damit erzeugte Image dieser Tourismusregion, verbunden mit der Intensität der touristischen Erschließung, welche die Grenzen der ökologischen Tragfähigkeit erreicht, wenn nicht sogar überschritten hat, stellt ein erschwerendes Moment für jede Form von Diversifizierung und Neuorientierung dar. Damit zeigt das Fallbeispiel auch die Schwierigkeiten des Umsteuerns, um einerseits der sich abzeichnenden qualitativen Degradierung des Zielgebietes entgegen zu wirken und gleichzeitig die negativen Folgewirkungen der bereits erfolgten Erschließung einzudämmen.

Unabhängig davon, ob es gelingt, für das Zielgebiet Mallorca unter diesen limitierenden Rahmenbedingungen eine Erneuerung zu initiieren, kommt als weitere hemmende Randbedingung hinzu, dass international tätige Reiseunternehmen am „Recycling“ von „verbrauchten“ Tourismuszielgebieten kein originäres Interesse besitzen und sich wohl nicht intensiv daran beteiligen werden. So lange noch neue „unverbrauchte“ Regionen und Strände zu erschließen sind, steht zu erwarten, dass sie – Goldgräbern vergleichbar – lediglich die „Restlaufzeit“ von Zielgebieten wie Mallorca nutzen, um als klassische „Footloose-Industry“ im Falle eines Niedergangs ihre Geschäftsfelder dann auf neue Zielgebiete zu verlagern.

Wie eingangs festgehalten wurde, wird in der Konsumforschung seit einigen Jahren eine Zunahme der Bedeutung von Leitmotiven wie Individualität, Aktivität, Erlebnis und Qualitätsanspruch gesehen, die mit einer verstärkten Konsumorientierung im Freizeitbereich gekoppelt ist (vgl. z.B. OPASCHOWSKI 1994). Konsummuster und Präferenzen sind einem sich beschleunigenden Wandel unterworfen, der von der Angebotsseite eine zunehmende Flexibilisierung des Angebotes verlangt. Zwar handelt es sich möglicherweise nur um eine konformistische Scheinindividualität, für die Angebotsseite hat diese Nachfragehaltung jedoch zur Folge, dass kaum mehr stabile Entwicklungszyklen auftreten. Kaum hat ein Trend begonnen, wird er schon wieder als „Mega-Out“, weil zu weit verbreitet, abgebremst. Derartige Trends entsprechen keinen Lebenszyklen, sondern kurzphasigen Ausschlägen.

Weitgehend unbeachtet von der aktuellen Trendforschung ist aber bisher geblieben, dass trotz postulierter Diversifiziertheit von Lebens- und Konsumformen nach wie vor ein erheblicher Anteil der Bevölkerung „klassische“ Konsummuster praktiziert. Die Bettenburgen an der Costa del Sol und der Adria sind ja nach wie vor ausgelastet. Teilweise scheint auch eine interne „Multioptionalität“ der Nachfrager zu bestehen (STEINECKE

2000), d.h. es werden von den gleichen Individuen (ganz im Sinne der Lebensstildebatte) synchron oder diachron sowohl herkömmliche als normiert und standardisiert wahrgenommene als auch mit dem Image einer spezifischen Individualität behaftete Waren und Leistungen nachgefragt.

Übertragen auf die Situation der Tourismuszielgebiete in den Mittelmeerländern, würden diese sich modifizierenden Konsum- und Nachfragemuster bedeuten, dass nur noch begrenzte Investitionssicherheiten bestehen, da neue Trends in der Intensität ihrer Nachfrage kippen können noch bevor sich die für deren Angebot notwendigen Investitionen amortisiert haben

Als weiteres Moment kommt hinzu, dass inzwischen anstelle der lange Zeit ausreichenden Realkulissen von Landschaft, Meer und lokalem Kolorit zunehmend inszenierte Erlebniswelten nachgefragt werden, die als Realwelt-Imagination für Freizeit- und Urlaubszwecke aufgesucht werden. Der Boom dieser künstlichen Erlebnis- und Konsumwelten reicht von den thematisch ausgerichteten „Freizeitparks der 2. Generation“ über sog. „Badeparadiese“, in denen tropische und subtropische Kulissen simuliert werden, bis hin zu den Center-Parcs, die (Kurz-) Urlaube unabhängig von den klassischen Zielgebieten ermöglichen. Diese Einrichtungen tragen mit dazu bei, dass sich die Landkarte der Urlaubszielgebiete verändern wird und sich Zielgebietsentscheidungen teilweise vom realen, natürlichen und konkret verorteten Potenzial lösen.

Für die Entwicklung von herkömmlichen touristischen Zielgebieten könnten sich bei einer Verstärkung all dieser Trends gravierende Konsequenzen ergeben. Während unter relativ konstanten Nachfragebedingungen der fordistischen Phase der Ausbau einer Region mit einem gewissen Alleinstellungsmerkmal im wesentlichen in einer quantitativen Ausweitung des Angebots und der touristischen Infrastruktur bestand, bedeuten wechselnde und stark auf externe Stimuli orientierte Nachfragemuster, dass bereits in der Ausbau- und Entwicklungsphase Anstrengungen in Richtung auf Inszenierung und Differenzierung unternommen werden müssen, d.h. keine quasi von selbst laufende Entwicklung mehr stattfindet. Der Neuigkeitswert eines Zielgebietes wie dem Hohen Atlas verzehrt sich schnell und wird gleichzeitig von immer ausgefeilteren künstlichen Angebote konkurrenziert, die einen idealtypisch aufbereiteten „Erlebnis-Kick“ versprechen.

Ähnlich gelagerte Konsequenzen ergeben sich für die klassischen Tourismusgebiete in der Stagnationsphase: einheitliche Diversifizierungsstrategien würden nicht mehr – wie die Standortmerkmale eines ersten Lebenszyklus – eine für einen längeren Zeitraum tragfähige Basis darstellen.

Gleichzeitig bedeutet die Auffächerung der Nachfragebedürfnisse und die Multioptionalität der Nachfrager, dass die Amortisationswahrscheinlichkeiten von Investitionen im Freizeit- und Tourismusbereich geringer werden. Die 1999 sichtbar gewordene Krise von Musical-Theatern (JUCHELKA 2000) und die sich abzeichnenden Sättigungserscheinungen bei Spaß- und Erlebnisbädern signalisieren auch für die mediterranen Zielgebiete, dass Trends oftmals schneller wechseln als die Angebotsseite überhaupt auf sie reagieren kann. Damit ist z.B. auch der Versuch, auf Mallorca mit mehreren thematisch ausgerichteten Freizeitparks zusätzliche Anziehungskraft zu entfalten und die Wiederkehrquote zu erhöhen, nicht notwendigerweise erfolgversprechend. Sobald in Mitteleuropa bei Freizeitparks dieser Art Sättigungsphänomene auftauchen, werden auch die entsprechenden Einrichtungen auf Mallorca entwertet.

## 6 Zusammenfassung

Der Mittelmeerraum ist, wie ausgeführt, trotz aller Anzeichen sich wandelnder Nachfragebedingungen immer noch die Welttourismus-Region Nummer 1. Doch gibt es innerhalb der Region eine erhebliche und ungleiche Dynamik, die eine einheitliche Charakterisierung erschwert bzw. nahezu unmöglich macht. Das betrifft zuallererst die Verbreitung der Standorte des Tourismus um das Mittelmeer und die Dynamik oder Stagnation ihrer jüngeren Entwicklung. Wie rasant touristische Entwicklungen ablaufen können, zeigt beispielhaft der Eintritt Libyens von fast Null zum meistbesuchten nordafrikanischen Land für den Wüstentourismus innerhalb von nur zwei Jahren (vgl. POPP 2000). Ebenso können Destinationen auch an Nachfrage verlieren; dieser Prozess erfolgt bisher jedoch meist langsamer.

Des Weiteren zeichnet sich gegenwärtig eine kaum mehr überschaubare Diversifizierung der touristischen Angebotstypen im Mittelmeerraum ab. Tourismus im Mittelmeerraum ist nicht länger nur der klassische Küsten- und Badetourismus. Bildungs- und Studien-Rundreisen, Golftourismus, Abenteuer- und Wüstentourismus, Canyoning, Paragliding, Schönheitsfarmen, Fahrrad-Studienreisen, Exkursionen im Fesselballon, Segel-Törns, Tauchferien, Reiterferien auf Pferden oder Kamelen, Assistenz bei Ausgrabungsstätten, Töpfer- und Malerkurse sind weitere, keineswegs eine vollständige Liste ergebende, neue touristische Angebote rund um das Mittelmeer. Diese Angebote werden, auch wenn sie jeweils nur sehr enge Segmente repräsentieren, intensiv nachgefragt und ergeben in ihrer Summe einen gewichtigen Anteil, der neben und zuweilen auch schon an die Stelle des klassischen Küsten- und Badetourismus tritt. Der Tourismus in den Mittelmeerländern ist vielfältiger und unübersichtlicher als je zuvor.

Auf die Kernfrage, ob der klassische Küsten- und Badetourismus am Mittelmeer in naher Zukunft möglicherweise in eine strukturelle Krise (vergleichbar derjenigen von altindustrialisierten Regionen in Mitteleuropa) gerät, kann angesichts der Vielzahl von Änderungen auf der Nachfrage- wie der Angebotsseite im Tourismus keine verlässliche Einschätzung gegeben werden.

Unter dem räumlichen Blickwinkel ist angesichts dieser Vielzahl an intervenierenden Faktoren und der Gleichzeitigkeit ganz unterschiedlicher (nach dem Lebenszyklus-Modell als ungleichzeitig anzusprechender) Tendenzen abschließend festzuhalten, dass es nicht nur für den Mittelmeerraum als Ganzes, sondern selbst für einzelne Länder sich nur ganz begrenzt einheitliche Tendenzen formulieren lassen. Möglicherweise werden auch im Tourismus in Zukunft ökonomisch prosperierende „Vergnügungsinseln“ dicht neben stagnierenden oder „abgewirtschafteten“ früheren Zielen liegen, ohne dass in den prosperierenden Gebieten die Sicherheit einer stabilen, lange währenden Entwicklungs- und Konsolidierungsphase bestünde oder in den vom Abschwung gekennzeichneten Bereichen eine berechtigte Hoffnung auf eine Renaissance vorhanden wäre.

## Literatur

- ACGB (= *Associacion de campos de golf de Baleares*; 2000): Campos de Golf en las Islas Baleares. Palma. URL: <http://www.baleares.com/tourist.guide/golf/index.htm> (Stand: 16. April 2000)
- ACHENBACH, H. (1993): Tunesien – Zur Konkurrenz der Wassernutzung und der wasserabhängigen Wirtschaftszweige. In: H. POPP und K. ROTHER [Hrsg.]: Die Bewässerungsgebiete im Mittelmeerraum. Passau. Passauer Schriften zur Geographie, **13**: 165-171.
- BERRIANE, M. (1988): Entwicklung und Struktur des Binnentourismus in Marokko. In: W. RITTER und G. MIELITZ [Hrsg.]: Fremdenverkehr und Binnenerholung in islamischen Ländern. Berlin. Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus der FU Berlin: 59-91.
- BERRIANE, M. (1992): Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc. Etude géographique. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Thèses et Mémoires, **16**.
- BERRIANE, M. (1999): La Géographie du tourisme au Maroc : essai de synthèse sur l'état de la recherche. In: M. BERRIANE und H. POPP [Hrsg.] (1999): Le tourisme au Maghreb. Diversification du produit et développement local et régional. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Colloques et Séminaires, **79**: 13-26.
- BIERWIRTH, J. (1985): Kulturgeographischer Wandel in städtischen Siedlungen des Sahel von Sousse/Monastir (Tunesien). Ein Beitrag zur geographischen Akkulturationsforschung. München. Arbeiten aus dem Fachgebiet Geographie der Katholischen Universität Eichstätt, **2**.
- BOURGOU, M. (1999): Impact des aménagements touristiques sur l'évolution géomorphologique du littoral: le cas de la côte touristique de Sousse-el Kantaoui et de Djerba-Zarzis (Tunisie). In: M. BERRIANE und H. POPP [Hrsg.]: Le tourisme au Maghreb: Diversification du produit et développement régional et local. Actes du cinquième colloque marocco-allemand de Tanger 1998. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Colloques et Séminaires, **79**: 137-148.
- BUTLER, R.W. (1980): The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer* **24**: 5-12.
- Conselleria de Turisme (Govern Balear)* (1999): El gasto turístico 1998. Palma. URL: <http://www.caib.es/infoturisme/turisme/ordenacio/despesa> (Stand: 13. Oktober 1999).
- Eurostat* (1999): Tourism in the mediterranean countries. Key figures 1997-1998. Brüssel.
- GIESSNER, K. et al. (1999): Le projet de tourisme intégré d'El Montazah-Tabarka (tunisie du Nord-Ouest). Réflexions sur sa tolérance écologique. In: M. BERRIANE und H. POPP [Hrsg.]: Le tourisme au Maghreb: Diversification du produit et développement régional et local. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Colloques et Séminaires, **79**:149-161.
- JÄGGI, M. (1994): Tourismus und Ressourcennutzung in der südtunesischen Oase Douz. Ein sozialgeographischer Beitrag zur Umweltforschung. Bern. Europäische Hochschulschriften, Reihe 4: Geographie, **15**.
- JUCHELKA, R. (2000): Der Musical-Markt in Deutschland. Standortkonzepte und Entwicklungsperspektiven. *Geographische Rundschau* **52**, H. 2: 34-40.
- KASSAH, A. (1997): Auswirkungen des Tourismus auf die Oasen in Südtunesien. *Geographische Rundschau*, **49**: 89-96.
- KULINAT, K. (1991): Fremdenverkehr in den Mittelmeerländern. Konkurrenten mit gemeinsamen Umweltproblemen. *Geographische Rundschau*, **43**: 430-436.
- KULINAT, K. (1998): Touristischer Strukturwandel in Torremolinos. Der Tourismus-Lebenszyklus (TLZ) an der Costa del Sol (Provinz Málaga)/Spanien. In: T. BREUER [Hrsg.]: Fremdenverkehrsgebiete des Mittelmeerraums im Umbruch. Regensburg. Regensburger Geographische Schriften, **27**: 29-50.
- LINDNER, P. (1996): Heiligtum oder Heilbad? Funktionswandel traditionsreicher Wallfahrtsorte in Marokko am Beispiel Sidi Harazem und Moulay Yacoub. Erlangen. Erlanger Geographische Arbeiten, **58**.
- LLINÀS, M. S. (1999): Majorque; une île, un monde, un espace touristique. In: M. BERRIANE und H. POPP [Hrsg.]: Le tourisme au Maghreb: Diversification du produit et développement régional et local. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Colloques et Séminaires, **79**:107-119.
- LÜEM, T. (1985): Sozio-kulturelle Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern. Ein Beitrag zur Problematik des Vergleiches von touristischen Implikationen auf verschiedenartige Kulturräume der Dritten Welt. Zürich.
- MATEU, C. A. (2000): Balears cap a la nova frontera del turisme. Palma. URL: [www.caib.es/infoturisme/conseller.htm](http://www.caib.es/infoturisme/conseller.htm) (Stand: 16. April 2000).
- MIOSSEC, J.-M. (1999): Les acteurs de l'aménagement touristique tunisien : les leçons d'une performance. In: M. BERRIANE und H. POPP [Hrsg.]: Le tourisme au Maghreb: Diversification du produit et développement régional et local. Rabat. Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série: Colloques et Séminaires, **79**: 65-85.
- MOSER-WEITHMANN, B. (1999): Kulturüberprägung durch Tourismus. Sozio-kulturelle Konfliktsituationen tunesischer Frauen im touristisch bedingten Akkulturationsprozess. In: H. POPP [Hrsg.]: Lokale Akteure im Tourismus der Maghrebländer. Passau. Maghreb-Studien, **12**: 71-90.
- OPASCHOWSKI, H. (1994): Schöne, neue Freizeitwelt. Hamburg. Schriften zur Freizeitforschung, **5**.

- PCBS (=Palestinian Central Bureau of Statistics; 2000): Distribution of Guests in Hotels by Nationality and Month 1996. URL: <http://www.pcbs.org/inside/selcts.htm> (Stand: 16. April 2000).
- PFAFFENBACH, C. (1999): Kulturkonflikt oder Kulturkontakt? Nutzung- und Kommunikationsmuster deutscher und tunesischer Touristen. In: H. POPP [Hrsg.]: Lokale Akteure im Tourismus der Maghrebländer. Passau. Maghreb-Studien, **12**: 35-69.
- PIÑANES, F. J. (2000): Mercat Alemany. Palma. URL: [www.caib.es/infoturisme/turisme/mercatalemany.htm](http://www.caib.es/infoturisme/turisme/mercatalemany.htm) (Stand: 10. Februar 2000).
- PINAR, I. (1998): Binnentourismus in der Türkei. Traditionelle Formen und ihr Wandel durch den internationalen Tourismus. Trier. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, **43**.
- POPP, H. (2000): Wüstentourismus in Nordafrika. Geographische Rundschau **52**, H. 9: 52-59.
- Republique Tunisienne. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Office National du Tourisme Tunisien.* (1997): Le tourisme tunisien en chiffres 1996. Tunis.
- Royaume du Maroc. Premier Ministre. Ministère de la Prevision economique et du Plan. Direction de la Statistique* (1998): Annuaire statistique du Maroc 1998. Rabat
- SETHOM, H. (1976): Agriculture et tourisme dans la région de Nabeul-Hammamet. Coexistence féconde ou déséquilibre croissant? Tunis. Les Cahiers de Tunisie, **93/94**: 101-111.
- Secrétariat d'Etat au Tourisme* (1999): Mémento du tourisme 1999. Paris.
- STEINECKE, A. [Hrsg.] (2000): Erlebnis- und Konsumwelten. München/Wien.
- TYRAKOWSKI, K. (1985): Raumnutzungskonkurrenzen an der spanischen Mittelmeerküste. In: H. POPP und F. TICHY [Hrsg.]: Möglichkeiten, Grenzen und Schäden der Entwicklung in den Küstenräumen des Mittelmeergebietes. Erlangen. Erlanger Geographische Arbeiten, **17**: 9-28.
- World Bank* (1998): World Development Indicators 1998, Washington.
- WTO (= World Tourism Organization; 1989)*: Yearbook of Tourism Statistics 1988, **42**. Madrid.
- WTO (= World Tourism Organization; 1998a)*: Tourism Market Trends. 1998 Edition. Europe. Madrid.
- WTO (= World Tourism Organization; 1998b)*: Tourism Market Trends. 1998 Edition. Africa. Madrid.
- WTO (= World Tourism Organization; 1999)*: Yearbook of Tourism Statistics 1998 (2 Vol.), **50**. Madrid.

## **Kasten 1: Die Altstadt als Urban Entertainment Center Verlagert sich der Tourismus der Zukunft in künstliche Erlebniswelten?**

Von Karl STANKIEWITZ

Die meistbesuchten Touristenziele heißen nicht mehr Venedig, Paris, Rimini oder Torremolinos, wenngleich jede dieser Destinationen alljährlich nach wie vor zehn bis 15 Millionen Urlauber anlockt. Die drei Disney-Welten haben den klassischen Orten des Massentourismus den Rang abgelaufen - mit rund 30 Millionen Besuchern im vorigen Jahr allein in Florida. 22 Millionen waren es aber auch schon in den vier großen und 36 kleineren deutschen Freizeitparks. Weltweit dürften mindestens 200 Millionen Menschen pro Jahr die überall aus dem Boden schießenden Unterhaltungsparks aufsuchen, hat der Sozialwissenschaftler Christoph Hennig hochgerechnet. Tendenz: stark steigend.

Wird sich der Erholungs- und Vergnügungsreiseverkehr des nächsten Jahrtausends immer mehr in die künstlichen, attraktionsreichen, familienfreundlichen Ferien- und Freizeitparadiese verlagern? Oder sind sie nur eine Inszenierung für eine gewisse Spielzeit, eine modische, hochgepuschte Welle, die bald verebben wird? ...

Nach langer Zurückhaltung sei nun auch in Deutschland ein Boom von Freizeitparks zu erwarten, prophezeite Albrecht Steinecke von der Universität Paderborn ... Für die Planer der synthetischen "Welten", "Paradiese" und "Planeten" leitete Steinecke aus den bisherigen Erfahrungen ein paar theoretische Tips ab: Wichtig sei eine durchgängige Regie im Sinne des "Gesamtkunstwerks", die Vernetzung etwa von Routen, die Inszenierung von Themen, die Personalisierung durchaus im Sinne des Starkults, der im Tourismus noch viel zu wenig genutzt werde, die Aktualisierung von Events, die Ästhetisierung durch Design, die Erlebnisorientierung durch Animation und die Emotionalisierung etwa durch Mythen. ...

Andererseits seien "unsere Altstädte die schönsten Urban Entertainment Centers, die es gibt". ... Die Disney-Manager haben auch hier wieder die Nase vorn: Sie bauen den verslumten Distrikt um die 42. Straße in New York zu einem solchen "Stadtunterhaltungszentrum" um.

Wohin die Reise führen könnte, wird deutlich im Europa-Park Rust bei Freiburg, dessen 60 Attraktionen und Shows im vorigen Jahr 2,7 Millionen Besucher anlockten. Er ist damit nicht nur der mit Abstand führende deutsche Amüsierpark, sondern auch eine touristische Größe geworden. Für Urlauber wurde ein Hotel im andalusischen Stil gebaut, das schon für alle Wochenenden dieses Jahres ausgebucht ist und deshalb auf 1177 Betten aufgestockt wird. ...

Im Alpenland Österreich, das früher und stärker als Deutschland unter touristischer Schwindsucht litt, hat man den Urlaub als "Erlebnis" noch deutlicher zu inszenieren begonnen. So wurde im Dreiländereck Kärnten-Slowenien-Friaul ein herkömmliches Schaubergwerk zu einer Wunderwelt im Berg namens "Terra Mystica" umgestaltet und durch allerlei Programme aktiviert. Die in einer Glasfabrik im Tiroler Inntal von André Heller erdachten "Kristallwelten" wurden binnen eines Jahres eine der meistbesuchten Sehenswürdigkeiten Österreichs, und Manager Andreas Braun plant nun den Anbau eines großen Terminals, um "dem spontanen Irrsinn der Konsumwünsche gerecht zu werden". In Seefeld will man den Urlaubskonsumenten "virtuellen Freizeitspaß" bieten durch eine mittelalterliche Burg, eine Karibiklandschaft, eine Eisenbahnwelt und "gewaltfreie Videogames".

Das alles sind freilich nur Spielchen im Vergleich zu den schönen neuen Urlaubswelten in Übersee. In einer Halle auf der Insel Kyushu in Japan, berichtete Christoph Hennig, der soeben ein Buch über "Reiselust" herausgebracht hat, entsteht der größte künstliche Strand der Welt: das 140 Meter lange und 85 Meter breite Ufer ist völlig von feinkörnigem chinesischem Marmorsand bedeckt. Die Natur wird durch ständiges Vogelzwitschern und regelmäßige Vulkanausbrüche nachgeahmt. In Nagasaki hat man 500 maßstabgerechte Häuser mit gebrannten Ziegeln aus Holland gebaut; das deutsche Viertel heißt "Glückskönigreich", zu seinen Bewohnern gehören die Gebrüder Grimm samt einigen ihrer Geschöpfe. In Sun City bei Johannesburg wurde ein künstlicher Regenwald gepflanzt. Im neuen Las Vegas rauscht ein 30 Meter hoher Wasserfall von einem Berggipfel, antike Statuen schwätzen elektronisch mit den Besuchern, und täglich findet eine Seeschlacht statt.

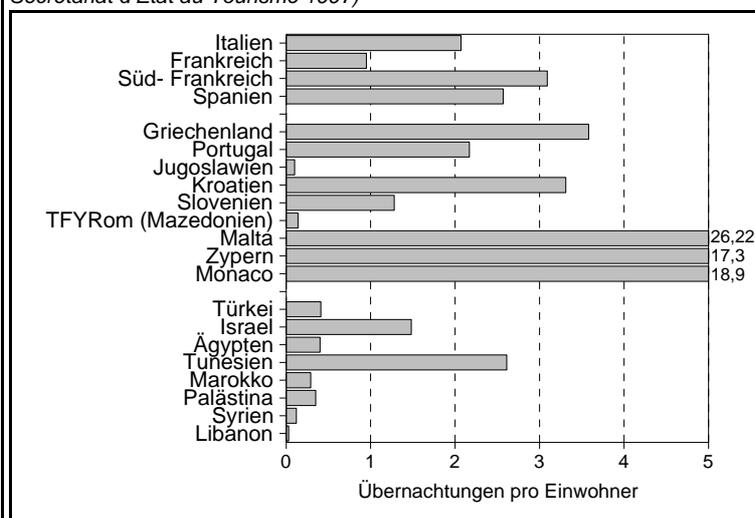
Quelle: Frankfurter Rundschau vom 14. März 1998

## Kasten 2: Die Tourismusintensität als Indikator für die Bedeutung des Tourismus

Ein gelegentlich angewandter Indikator zum Vergleich der Bedeutung des Tourismus in unterschiedlichen Regionen oder Staaten ist die sog. „Tourismusintensität“, bei der die Übernachtungszahlen auf die Bevölkerung des Landes bezogen werden. In der Abbildung wird dieser Indikator für die Mittelmeerländer graphisch dargestellt. Dabei wird deutlich, dass Staaten wie Tunesien hinsichtlich dieses Kennwertes schon mit den klassischen Zielländern Italien und Spanien gleichgezogen haben, Griechenland bezogen auf die Einwohner sogar deutlich mehr Übernachtung zu verbuchen hat als die meisten anderen Länder.

### Übernachtungen pro Einwohner in den Mittelmeerstaaten im Jahr 1996

(Quellen: eigene Berechnungen nach: WTO 1998a und 1998b, Eurostat 1999, Secrétariat d'Etat au Tourisme 1997)



Gleichzeitig werden aber auch die Grenzen der Aussagekraft dieses Indikators deutlich, wenn ganz unterschiedliche Ländern miteinander verglichen werden. Bei den Mittelmeerländern handelt es sich ja nicht um eine homogene Gruppe. Vielmehr sind hier Staaten mit extrem hohen Einwohnerzahlen neben kleinen eigenständigen Inseln (Malta, Zypern) oder eigenständigen Kleinststaaten (Monaco) zu einer Gruppe zusammengefasst. Aufgrund der stark ausgeprägten Küstenständigkeit des mediterranen Tourismus gilt dabei, dass in kleineren Ländern tendenziell der Teil des Landes, der vom Küstentourismus nicht betroffen ist, ein größeres Gewicht besitzt. Damit weisen z.B. Länder wie Ägypten und Tunesien bei gleichen absoluten Besucherzahlen ganz unterschiedliche

Werte der „Tourismusintensität“ auf. Darüber hinaus verschleiert der auf das ganze Land bezogene Mittelwert, dass in Ägypten ein großer Teil der Bevölkerung so gut wie gar nicht mit dem internationalen Tourismus konfrontiert wird, während die Bevölkerung in manchen Landesteilen (z.B. am Roten Meer) durchaus mit Tunesien vergleichbare Touristenströme kennt.

Gleichzeitig weisen alle drei Kleinstaaten im Mittelmeerraum, für die Angaben zu den Übernachtungen ausländischer Touristen vorliegen (Malta, Zypern, Monaco) Werte auf, die außerhalb des Darstellungsbereichs der Graphik liegen. Damit wird suggeriert, dass diese am stärksten vom Tourismus geprägt sind. Dies vernachlässigt, dass die am stärksten vom Tourismus geprägte Insel im Mittelmeerraum, Mallorca mit über 100 Übernachtungen von Ausländern pro Einwohner, bei einer auf ganze Staaten bezogenen Darstellung nicht gesondert ausgewiesen wird.

Auch am Beispiel von Frankreich kann die Bedeutung des räumlichen Zuschnitts von Bezugsregionen für die Tourismusintensität aufgezeigt werden. Bezogen auf das ganze Land belaufen sich die Übernachtungen pro Einwohner auf 0,95, wird nur der Mittelmeerbereich betrachtet, ergibt sich ein Wert von 3,09 Übernachtungen pro Einwohner.

Die Tourismusintensität als Indikator ist damit sicherlich geeignet, erste Anhaltspunkte für die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu liefern. Er sollte allerdings mit Vorsicht angewendet werden, wenn daraus Aussagen über die kulturelle Überprägung durch den internationalen Tourismus abgeleitet werden sollen. Hierzu müssten die entsprechenden Kennwerte möglichst fein regional differenziert werden. Falls dies (wie in vielen Ländern der sog. Dritten Welt) mit den Angaben der amtlichen Statistik nicht möglich ist, sollte von einer Verwendung des Indikators abgesehen werden.

### Kasten 3: Zur Problematik der Erfassung des Binnentourismus am Beispiel von Marokko

Die Erfassung von Binnentouristen in den Mittelmeerländern ist ganz generell weniger verlässlich als die von ausländischen Touristen. Zu einem erheblichen Teil fehlt jegliche Erfassung, da es sich um Übernachtungsorte handelt, die nicht berücksichtigt werden (wildes Campen, einfache, nicht klassifizierte Herbergen, Übernachtung bei Verwandten). Umgekehrt spricht alles dafür, dass der Binnentourismus mittlerweile einen so wichtigen Anteil am Gesamttourismus der Mittelmeerländer ausmacht, dass man zu Fehlaussagen gelangt, wenn man ihn einfach ausklammert.

Selbst in einem Entwicklungsland wie Marokko, in dem nach der gängigen Vorstellung der Binnentourismus keine merkliche Rolle spielt, weil angeblich die entsprechende Mittelschichtbevölkerung als potentielle Klientel nicht ausgebildet sei, zeigt sich, dass unsere Wahrnehmung falsch ist. In mehreren Studien konnte BERRIANE (1988; 1992) überzeugend nachweisen, dass der marokkanische Binnentourismus mittlerweile einen zahlenmäßig bedeutenden Stellenwert einnimmt und dass auch er in hohem Maße die Küste als Zielgebiet sucht. Bereits 40 % aller städtischen Haushalte dieses Landes praktizieren einen Binnentourismus (BERRIANE 1999, S. 18). Dieser ist zwar teilweise durch traditionelle Formen und Zielgebiete geprägt (Besuch von religiös motivierten Jahrmärkten (*Moussems*), von Verwandten oder von Thermalbädern; vgl. LINDNER 1996); doch daneben hat sich ein bedeutender Küstentourismus als Camping und in Mittelklassehotels (besonders an der Mittelmeerküste zwischen Ceuta und Tétouan) ausgebildet.

Ein konkretes Beispiel mag verdeutlichen, wie unbefriedigend unser Kenntnisstand über die Relevanz des Binnentourismus ist. Für das Jahr 1997 wurden in Marokko lediglich 2,3 Mio. Übernachtungen von Binnentouristen in kategorisierten Hotels (und nur diese werden für die WTO-Statistik berücksichtigt) registriert. Hierbei entfallen auf 100 Übernachtungen von Ausländern nur 26 Übernachtungen von Marokkanern; der Anteil der marokkanischen Binnentouristen beträgt somit ein Fünftel. Doch werden für dasselbe Jahr 1997 1,8 Mio. Übernachtungen von Marokkanern in nicht-klassifizierten Hotels sowie die 2,7 Mio. Übernachtungen auf Campingplätzen und (wohl geschätzte) 3,3 Mio. Übernachtungen in Ferienlagern, bei Verwandten und Bekannten berücksichtigt, kehrt sich das Verhältnis von Binnentouristen und Ausländern um (*Royaume du Maroc* 1998, S. 283)!

Damit spricht vieles dafür, dass es sich bei dem rein rechnerisch ermittelten ergebenden hohe Korrelationswert zwischen dem wirtschaftlichen Entwicklungsstand und der Intensität des Binnentourismus um eine **Scheinkorrelation** handelt. Mit zunehmendem wirtschaftlichen Entwicklungsstand nimmt möglicherweise der Anteil der Inländer zu, die in kategorisierten (und damit erst von der Statistik erfassten) Übernachtungseinrichtungen ihren Urlaub verbringen.

#### Kasten 4: Das Lebenszyklus-Modell als Deutungsansatz für die touristische Entwicklung

Zur Beschreibung der Entwicklung von Tourismusdestinationen wird oftmals das auf BUTLER (1980) zurückgehende Lebenszyklus-Modell herangezogen. Ausgangshypothese ist hierbei, dass touristische Regionen – ähnlich wie Industrieprodukte auch – einem regelhaft verlaufenden Innovations-Reife-Niedergang-Zyklus unterliegen. Dabei werden folgende Stufen unterschieden

1. Erkundung: In einer ersten Phase wird eine Region nur von einer geringen Zahl von Touristen besucht, die eine Art Pionierfunktion

übernehmen und das Gebiet wegen bestimmter Anziehungspunkte aufsuchen. In dieser ersten Phase verfügt das Zielgebiet nur über eine unzureichende, lediglich gering ausgebildete touristische Infrastruktur.

2. Erschließung: In einer zweiten Phase werden (oftmals motiviert durch die bereits vorhandene Nachfrage) mit der systematischen Schaffung touristischer Infrastruktur die Rahmenbedingungen für die weitere Entwicklung verbessert.

3. Entwicklung: Vergleichbar einer Phase des *Take Off*, setzt nun eine boomartige Entwicklung ein, die auch von einem verstärkten Engagement externer Investoren gekennzeichnet sein kann. Dabei machen sich gelegentlich auch Anzeichen einer Übernutzung der Ressourcen bemerkbar.

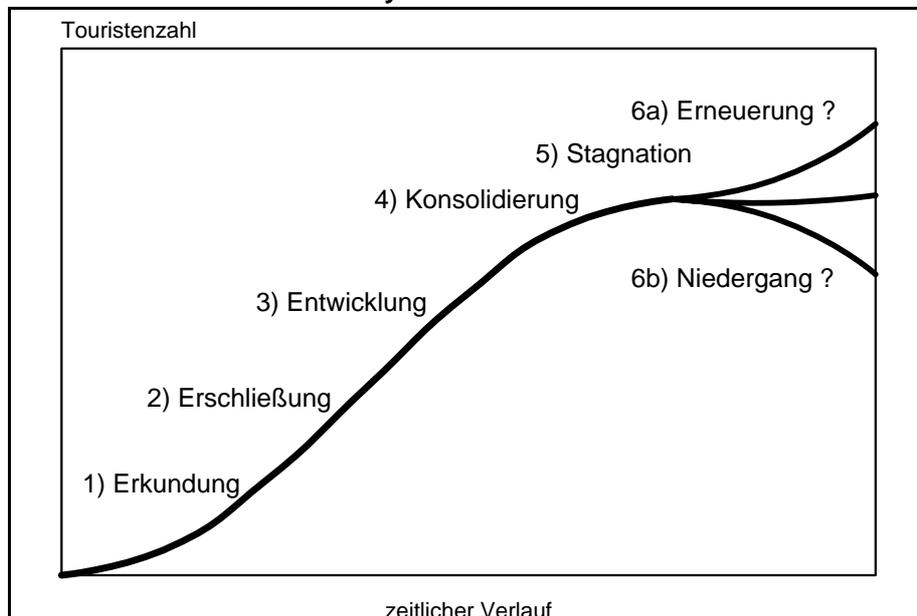
4. Konsolidierung: Geringer werdende Zuwachsraten, d.h. eine rückläufige Entwicklungsdynamik und wenig neue Impulse, kennzeichnen die Konsolidierung.

5. Stagnation: Sind trotz kleinerer Oszillationen der Nachfrage keine generellen Zuwächse mehr zu verzeichnen, ist die Tourismusregion in die Phase der Stagnation eingetreten. Häufig treten ökologische und soziale Probleme der touristischen Inwertsetzung jetzt stärker in den Vordergrund.

6. Erneuerung oder Niedergang: Während die Phasen 1 bis 5 empirisch an einer Reihe von Fallbeispielen nachvollzogen werden können, ist bislang noch relativ unklar, welche weitere Entwicklung touristisch intensiv erschlossene Regionen nunmehr nehmen können. Abgesehen von der prinzipiell denkbaren Stagnation auf hohem Niveau, ist eine weitere mögliche Option die Annahme eines Niedergangs und damit des Endes eines Entwicklungszyklus. Als weiteres Szenario ist aber auch die Antizipation des Niedergangs und ein aktives Gegensteuern hin zu einer Erneuerung, d.h. dem Einstieg in einen neuen Produktlebenszyklus ohne vorherigen Niedergang, denkbar.

Der wirtschaftliche Ertrag nimmt idealtypischerweise von Phase 1 bis 4 kontinuierlich zu und bleibt auch in der Phase der Stagnation und sogar des Niedergangs noch auf hohem Niveau. Angesichts einer zufriedenstellenden Ertragslage werden Diversifizierungsanstrengungen zur Einleitung einer Produkterneuerung oftmals erst sehr spät (möglicherweise bereits zu spät?) eingeleitet.

Das Lebenszyklusmodell nach BUTLER

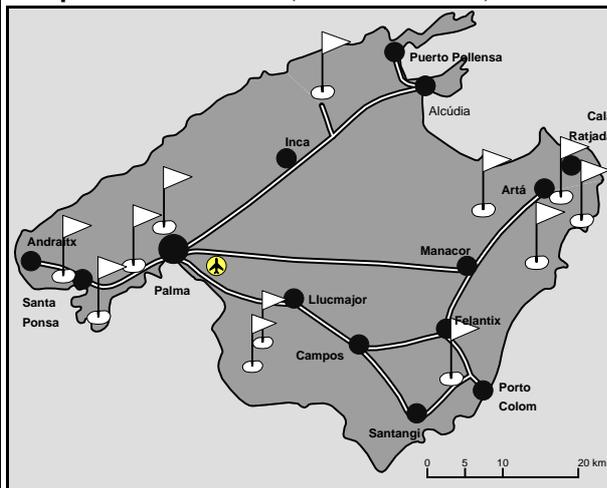


## Kasten 5: Schwierigkeiten der Produktdiversifizierung am Beispiel Mallorcas

Mallorca ist das Beispiel par excellence einer intensiven touristischen Erschließung für den Badetourismus im Mittelmeerraum. Innerhalb des Mittelmeerraums ist kaum eine andere Region so stark vom Tourismus geprägt, wie die drei Baleareninseln Mallorca, Ibiza und Menorca, auf denen 84 % des B.I.P. auf die touristischen Aktivitäten zurückzuführen sind (MATEU 2000), wobei sich drei Viertel der touristischen Aktivitäten allein in Mallorca konzentrieren. Dabei stellen Deutsche mit knapp 40 % der Einreisen die eindeutig dominierende Nachfragegruppe auf der Insel (PIÑANES 2000). Als „Putzfrauen-Insel“ apostrophiert oder mit „Ballermann 6“ gleichgesetzt, ist wohl kein anderes Zielgebiet inzwischen mit einem so negativen Image belegt wie Mallorca.

Spätestens Anfang der 80er Jahre wurden die negativen Folgen der schnellen und kaum reglementierten touristischen Erschließung und damit die Grenzen des quantitativen Wachstums sichtbar. Das Schlagwort von der „Balearisierung“ ist inzwischen fast zu einem Synonym für Formen exzessiver Bebauung der Küstenstreifen geworden. Mit einer Reihe von Gesetzen wurde in den 90er Jahren versucht, den quantitativen Ausbau zu bremsen und gleichzeitig eine Umstrukturierung und Diversifizierung des touristischen Angebots hin zu qualitativ hochwertigen Angeboten zu stimulieren.

### Golfplätze in Mallorca (Quelle: ACGB 2000)



Wichtige Säulen dieser Diversifizierungsstrategie sind dabei zum einen die Errichtung von (zur Zeit 12) Golfplätzen (vgl. Abbildung), die zusammen mit entsprechenden Golf-Hotels Mallorca wieder attraktiver für eine kaufkräftigere Klientel machen sollen. Als zweite Säule der Diversifizierung wird die Förderung des Wandertourismus angesehen. Beide bedeuten eine Umorientierung des Interesses von der Küste hin zum Landesinnern Mallorcas. Zusammen mit Maßnahmen zur Förderung von qualitativ hochwertigen Hotels als Ersatz für einfachere Unterkünfte soll zudem auch im Bereich des klassischen küstenständigen Badetourismus eine qualitative Anhebung des Nachfrageniveaus erzielt werden.

Betrachtet man sich allerdings die Reisemotive der Mallorca Urlauber, wird deutlich, dass das Ziel einer Diversifizierung und eines Upgrading nach wie vor

weit entfernt liegt. Zentraler Vermarktungspunkt Mallorcas war – wie für die meisten mediterranen Küstenstandorte – lange Zeit die klassische Trilogie von Sonne, Strand und Meer. Dass sich diese Motivstruktur bis heute bei der Mehrheit der Besucher gehalten hat, zeigt eine 1998 von der *Conselleria de Turisme* durchgeführte Gästebefragung (vgl. Abbildung).

Als von 80 % der Befragten genanntes Motiv für den Besuch dominiert das mediterrane Klima, gefolgt von den Stränden, die etwas mehr als die Hälfte der Urlauber als weiteres Besuchsmotiv nannten. Ein Hinweis auf die begrenzte Kaufkraft vieler Mallorca-Urlauber ist die Tatsache, dass an dritter Stelle der Reisemotive das (niedrige) Preisniveau rangiert. Damit zeigt sich, dass die Umstellung auf neue Zielgruppen ein langwieriger und schwieriger Prozeß ist, wenn das Image einer Tourismusregion fest etabliert ist.

### Motive für den Urlaub auf den Balearen

(Quelle: Conselleria de Turisme 1999)

