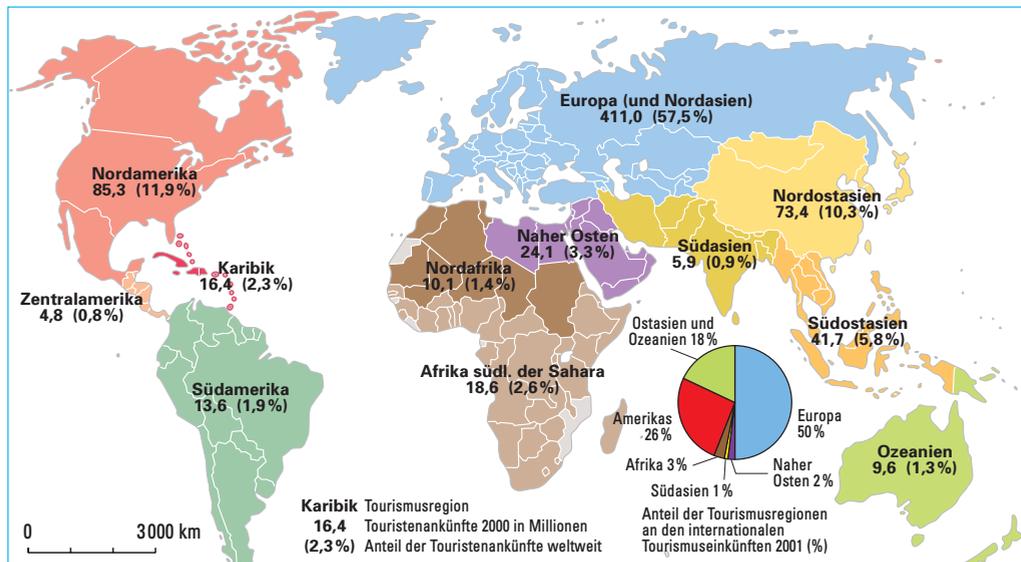


Fremdenverkehr

M 3.105 Internationaler Tourismus nach Regionen

www.world-tourism.org



Tourismus zur Jahrtausendwende – Wachstum ohne Ende?

Mit geschätzten 3,75 Billionen US-\$ (2001), was ca. 12 % des globalen *BSP* entspricht, gehört der Tourismus zu den wichtigsten Aktivitäten innerhalb der *Weltwirtschaft*. Die Zahl der Arbeitsplätze im Tourismusgewerbe erreicht mit rund 230 Mio. weltweit 12 % aller Arbeitsplätze.

Die *WTO* (*World Tourism Organization*; zu unterscheiden von *WTO*: *World Trade Organization*) erfasst unter dem Begriff „Tourist“ Ausländer, die sich nach Grenzüberschreitung mindestens 24 Stunden im Land aufhalten. Ausländische Arbeitnehmer und Transitreisende werden nicht hinzugerechnet. Zum internationalen Tourismus zählen auch Geschäfts-, Tagungs- und Kongressreisen. Nicht erfasst von der Zählung durch die *WTO* werden binnenländische Touristen. Weltweit wurde die Gesamtzahl aller Touristen für 2001 auf 5,4 Mrd. Personen geschätzt.

Als Erklärung für die wirtschaftlich bedeutsame Stellung, die der Tourismus zur Jahrtausendwende einnimmt, muss vor allem die Wohlstandsentwicklung in den Industriestaaten seit Mitte des 20. Jh.s angeführt werden. Tourismusfördernd

wirkten und wirken weiterhin die stetig steigenden Einkommen breiter Bevölkerungsschichten, die rasch wachsende Mobilität – zunächst über die Massenmotorisierung, seit den 1970er Jahren über den stark zunehmenden Flugreiseverkehr –, eine erhöhte Lebenserwartung sowie zurückgehende Arbeitszeiten zugunsten eines wachsenden Freizeitanteils.

Zielgebiete. Vor dem Zweiten Weltkrieg beschränkte sich der Tourismus fast ausschließlich auf binnenländische Ziele. Seit den 1950er Jahren wurde der Aktionsradius deutscher Urlauber zunächst vor allem auf das Mittelmeer ausgeweitet. Fernreiseziele auf andere Kontinente traten seit den 1970er Jahren allmählich hinzu. In diesem Zusammenhang boten sich für Entwicklungsländer Möglichkeiten, den Tourismus als Mittel wirtschaftlicher Entwicklung einzusetzen. Mit den erhofften Arbeitsplatz- und Einkommenseffekten waren häufig Planungen verbunden, die auf die Minderung bestehender Disparitäten zielten.

Insbesondere während des letzten Jahrzehnts des 20. Jh.s führten allgemeine wirtschaftliche und politische Entwicklungen zu einer zusätzlichen Intensivierung des weltweiten Tourismus. So standen mit dem Ende des Kalten Krieges 1989/90 nicht nur potenziell neu zu erschließende Tourismusgebiete zur Verfügung, sondern in erster Linie ein Touristenpotenzial, das sich infolge der bis dahin geschlossenen Grenzen durch einen erheblichen Nachfragestau auszeichnete.

Die sich zeitgleich immer mehr verstärkenden Globalisierungsprozesse wirkten sich auf den Tourismus in mehrfacher Hinsicht aus: Eine weltweite Erschließung neuer, unverbraucher Tourismusregionen erfuhr über erleichterte Kapitaltransfers, z.B. als *ausländische Direktinvestitionen*, entscheidende Impulse. Vom raschen Ausbau globaler Kommunikations- und Verkehrsnetze profitierte die Tourismusbranche in Form umfassender Informations- und Transportmöglichkeiten.

M 3.106 *Entwicklung der internationalen Touristenankünfte (in Mio.)*

| | | | |
|------|-------|------|-------|
| 1970 | 165,8 | 2000 | 696,8 |
| 1980 | 284,3 | 2001 | 692,5 |
| 1990 | 457,3 | 2002 | 715,0 |
| 1995 | 555,7 | | |

Ebenda

M 3.107 *Top-15-Destinationen im internationalen Tourismus 2001*

| Platz | Tourismusziel | Touristenankünfte (Mio.) | Veränderung 2000/2001 (%) | Marktanteil (%) |
|-------|----------------|--------------------------|---------------------------|-----------------|
| 1. | Frankreich | 76,5 | 1,2 | 11,0 |
| 2. | Spanien | 49,5 | 3,4 | 7,1 |
| 3. | USA | 45,5 | -10,7 | 6,6 |
| 4. | Italien | 39,1 | -5,2 | 5,6 |
| 5. | China | 33,2 | 6,2 | 4,8 |
| 6. | Großbritannien | 22,8 | -9,4 | 3,3 |
| 7. | Russland | 21,2* | - | - |
| 8. | Mexiko | 19,8 | -4,0 | 2,9 |
| 9. | Kanada | 19,7 | 0,2 | 2,8 |
| 10. | Österreich | 18,2 | 1,1 | 2,6 |
| 11. | Deutschland | 17,9 | -5,9 | 2,6 |
| 12. | Ungarn | 15,3 | -1,5 | 2,2 |
| 13. | Polen | 15,0 | -13,8 | 2,2 |
| 14. | Hongkong | 13,7 | 5,1 | 2,0 |
| 15. | Griechenland | 13,1* | - | - |
| | Welt | 692,5 | -0,6 | 100 |

* 2000

ebenda

3.53 *Erklären Sie den Zusammenhang zwischen dem Wohlstand einer Gesellschaft und der Entwicklung des Tourismus.*

3.54 *Werten Sie M 3.105 – M 3.107 aus und fassen Sie die wesentlichen Ergebnisse in Thesen zur weltweiten Tourismusentwicklung zu Beginn des dritten Jahrtausends zusammen.*

Von Ballermann bis Wellness – Individualisierung der Urlaubsgestaltung

Zwar zählen sommerlicher Strand- und winterlicher Skiurlaub nach wie vor zu den wichtigen touristischen Urlaubsformen, doch erfährt dieses Grundmuster touristischer Aktivitäten parallel zu gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen eine zunehmende Ausweitung, Spezialisierung und Individualisierung.

Tauchen, Segeln, Snowboarden, Trekking, Golfen, Jagdurlaub, Heli-Skiing und Antarktis-marathon stellen nur einen Ausschnitt sportlich ausgerichteter Urlaubsaktivitäten dar. Hiermit sind häufig Fun- und Eventcharakter verbunden. Kulturell ausgerichtete Urlaubsgestaltung als Studien- und Bildungsreisen, zu denen auch der Städtetourismus zu zählen ist, sind ebenfalls im

Wachstum begriffen. Trotz oder gerade wegen steigender Kosten im Gesundheitssystem bilden gesundheitsorientierte Urlaubsformen, z.B. Wellness-Urlaub, einen wichtigen Tourismusmarkt, in dem sich der gesellschaftliche Wandel widerspiegelt: Eine veränderte Berufswelt mit erhöhter Arbeitsbelastung und eine wachsende Überalterung der Bevölkerung lösen eine steigende Nachfrage in diesem Bereich aus.

Veränderung der Altersstruktur und altersmäßig unterschiedliche Urlaubsinteressen schlagen sich zudem im Rückgang des klassischen Familienurlaubs nieder, ein Spiegelbild sich auflösender familiärer Bindungen. Hierauf reagieren Reiseveranstalter verstärkt mit altersspezifischen Ange-

boten. Einen weiteren Markt stellen Luxusreisen mit exklusiven Reisezielen weltweit dar, z. B. Antarktisreisen oder Reisen rund um die Welt. Diese setzen ein Publikum mit hoher Kaufkraft und ausreichendem Zeitbudget voraus.

Das Aufkommen des „Sanften Tourismus“ seit den 1970er Jahren entsprang Erkenntnissen über die ökologischen und sozialen Folgeprobleme des Massentourismus. Das Konzept des „Nachhaltigen Tourismus“ stellt hingegen nicht alleine ökologische Aspekte in den Vordergrund, sondern versucht diese mit den positiven ökonomischen Effekten und soziokulturellen Faktoren in Verbindung zu bringen.

Tourismusregionen geben sich ein Image

Zur Befriedigung seiner individuellen Urlaubsgestaltung steht dem Touristen ein globaler Markt an Tourismusregionen zur Auswahl. Je nach Lage, natürlicher und infrastruktureller Ausstattung der Tourismusregion entwickelt sich ein bestimmtes Image, auf das ein entsprechendes Publikum reagiert. Verändertes Verhalten des Zielpublikums einer Tourismusregion zieht einen Imagewandel nach sich, der versucht, das frühere Publikum zu halten oder ein neues zu gewinnen. Mithilfe der Inszenierung neuartiger Erlebnismöglichkeiten oder der Präsentation unverbrauchter Landschaften sollen dabei bestimmte Grundstimmungen potenzieller Kunden wie etwa Naturnähe, Suche nach Ruhe oder Abenteuer, Gemeinschaftserlebnissen und Unterhaltung aufgegriffen werden. Hierbei stehen die Tourismusregionen in weltweiter Konkurrenz zueinander.

Fallbeispiel Ostseebad Heiligendamm.

M 3.108 Vom „Adelsbad“ zum Premium-Resort

„Das im Laufe des 18./19. Jahrhunderts entstandene, in Mecklenburg-Vorpommern liegende Kleinod klassizistischer Architektur wird zu einem der exklusivsten Seebäder Europas entwickelt.

Es ist vorgesehen, auf einen besonders zukunfts-trächtigen und profitablen Wachstumsmarkt in Heiligendamm dadurch zu setzen, dass zusätzlich zu dem bereits bestehenden großzügigen Beauty- und Wellnessbereich gezielt medizinisch-therapeutische Einrichtungen angesiedelt werden ... Neben einem Meerwasser-Außenpool und -erlebnisbad und einem Therapiebecken mit Aqua-Parcours ist ein Ayurvedazentrum im Stil eines indischen Palastes geplant ebenso wie eine Abteilung mit kosmetischer Chirurgie ... Dieses Gesundheitsangebot macht Heiligendamm auch attraktiv für jene, die in den noch zu renovierenden, denkmalgeschützten Logierhäusern wohnen oder eine der rund 100 Neubauwohnungen im so genannten Demmler-Palais und Demmler-Park erwerben möchten. Eine neue Straße entlastet schon jetzt die „Weisse Stadt“: lärmgeschützt und weitgehend abgasfrei. Die geplanten medizinisch-therapeutischen Erweiterungsinvestitionen in Alt-Heiligendamm setzen am Jahrhundertbe-währten Asset des Seebades – dem natürlichen Heilklima – an und verstärken dessen Vorzüge. Das erweitert für den Ort das große Nachfragepotenzial auch über Deutschland hinaus.“

www.fundus.de

Fallbeispiel Alpenarena Flims Laax Falera.

M 3.111 *Imagetexte aus der E-Werbung der Tourimusregion Flims Laax Falera* www.laax.ch

„Amateur oder Weltelite?

Erleben Sie die alpine Weltelite bei unseren Top-events: UBS Snowboard Take Off, Skiercross und Spring Session oder machen Sie mit beim Schneefahrerrennen „Gletscherkuss“. Im Sommer nimmt man an der Frischi Bike Challenge oder dem Red Bull Trailfox teil oder man trifft sich zu Flims Klan, am Sommernacht Kino oder zur Heißluftballon-Woche.“

„Wandern, Klettern oder Swiss Walking?

Mehr als 10 Naturwunder verführen in der Alpenarena zu Entdeckungstouren. Entspannen Sie sich bei leichten Wanderungen oder lassen Sie in Kletterwänden das Adrenalin rauschen. Erfinden Sie beim Swiss Walking das Wandern neu.“

3.55 Erarbeiten Sie für die touristische Inwertsetzung der Region Flims Laax Falera wichtige Lage- und natürliche Ausstattungsmerkmale.

3.56 Beschreiben Sie das Image, mit dem die Region Flims Laax Falera wirbt und entwickeln Sie ein Profil des Publikums, auf das die Werbung zielt.

„Freestyler oder Freerider?

Die Monsterpipes oder ein großer Snowboard-Park machen Laax zum Number-One-Place für Freestyler in Europa. Und zudem laden unzählige Powderhänge zu fetten Turns und Big Airs ein.“

M 3.112 *Touristische Infrastruktur in Flims Laax Falera (Auswahl)* Ebenda

Höhenlage: 1 100–3 018 m NN
Unterkunft: u. a. 60 Hotels; Betten: 25 625

Winter

Skipisten: 220 km, Winterwanderwege: 60 km
Aufstiegshilfen: 29; Kapazität 42 000 Personen/h
Monsterpipes: 3, Boardercross: 1,
Snowboard-Park: 2

Sommer

Wanderwege: 250 km; Mountainbikerouten: 237 km
Bergsteigen, Kletterwand u. -garten;
Canyoning, Riverrafting, Hydrospeed; Trekking;
Golf Driving Range (In- und Outdoor)

3.57 Leiten Sie Folgen für den Naturraum und die Bevölkerung der Region Flims Laax Falera ab, die sich durch Art und Weise der „Inwertsetzung“ ergeben können.

3.58 Stellen Sie Unterschiede der Region Flims Laax Falera zum Tourismusstandort Heiligen-damm bezüglich Image und Publikum dar.

Städtetourismus

Mit geschätzten 6 bis 9 Mio. Besuchern jährlich nimmt der Kölner Dom, in direkter Nachbarschaft zu Konzertsälen und Museen und der Kölner Altstadt gelegen, als städtetouristischer Besuchermagnet deutschlandweit die Spitzenposition ein.

Herausragende Einzelbauwerke und wertvolle städtebauliche Ensemble, in der Regel kombiniert mit Musik- und Theaterveranstaltungen sowie Ausstellungen von überregionaler Bedeutung, bilden typischerweise das Rückgrat eines häufig kulturell ausgerichteten städtetouristischen Potenzials.

Städtetouristen. Städte als Ziel von Urlaubs- und Freizeitplanung werden durch eine Reihe von Faktoren begünstigt, z. B. durch leichte Erreichbarkeit, ein umfassendes Beherbergungs- und Gastronomieangebot oder eine relative Unabhängigkeit von Haupturlaubszeiten. Für Städtetouristen ergibt sich, unabhängig von Pauschalprogrammen, die Möglichkeit zur eigenständigen Planung von Besichtigungsrouten der zumeist in fußläufiger Entfernung und in einem überschaubaren räumlichen Areal liegenden Besuchsziele. Vor dem Hintergrund ihres jeweiligen Ausstattungspotenzials richten sich städtetouristische *Marketingstrategien* gezielt an ein bestimmtes Touristenpublikum. So umfassen beispielsweise kulturell orientierte Zielgruppen nicht nur die traditionellen Konzert-, Theater- und Museumsbesucher, sondern ebenso das auf die so genannte Event-Kultur – u. a. Musicals, Open-Air-Popkonzerte, Filmfestivals – ausgerichtete Publikum. Eigens hierfür errichtete Veranstaltungsstätten, wie z.B. Musicalhallen oder Großkinos, besitzen z.T. stadtprägenden Charakter. Auch sportliche Großereignisse stellen einen bedeutenden städtetouristischen Einnahmefaktor dar. Die Zugehörigkeit des städtischen Sportvereins zur Fußball-Bundesliga ist daher nicht nur unter sportlichem Gesichtspunkt zu bewerten, sie wirkt auch als Tourismusmagnet.

Der kulturell orientierte Städtetourismus erfährt darüber hinaus in jüngster Zeit zunehmend Ergänzung durch den Tagungs- und Kongress-tourismus.

M 3.113 Kongresse als Wirtschaftsfaktor

„53 Millionen Euro fließen jährlich durch das m:con Congress Center Rosengarten (Mannheim) in die Kassen von Einzelhandel und Hotellerie. Das hat Bastian Fiedler, Student an der Fachhochschule Ludwigshafen, in seiner Diplomarbeit ermittelt. ‚Davon gehen alleine 47 Millionen Euro auf das Konto von Kongressen und Tagungen‘, erklärt Fiedler. Die ... 53 Millionen Euro Wertschöpfung sind nach Angaben Fiedlers ‚die unterste Grenze, man kann sogar aufgrund anderer Studien von einer wesentlich höheren Wertschöpfung ausgehen.‘“

Rhein-Neckar-Zeitung vom 18. 12. 2003. Heidelberg

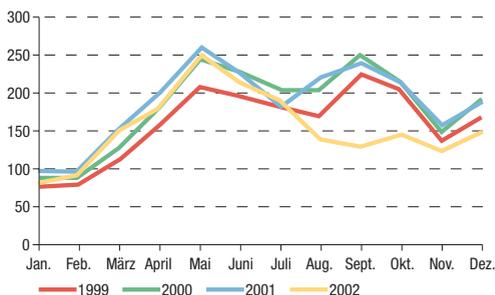
Städte konkurrieren um Touristen. Die Entwicklung des städtetouristischen Images vollzieht sich vor dem Hintergrund eines städtetouristischen Wettbewerbs, der über nationale Grenzen hinausreicht. Verschärft wird diese Situation unter anderem durch die freien Reisemöglichkeiten innerhalb des wachsenden EU-Raums und die Einführung des Euros mit der Folge des erleichterten Preisvergleichs. So bildet für diese Städte die Zugehörigkeit zu deutschlandweiten Städtetourprogrammen der Reiseveranstalter, insbesondere auch auf dem ausländischen Tourismusmarkt, ein wichtiges Vermarktungselement.

M 3.114 Übernachtungszahlen in deutschen Großstädten 2002

| | Übernachtungen insgesamt | davon Anteil von Ausländern (%) |
|-------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Berlin | 11 015 581 | 29,2 |
| München | 6 950 611 | 43,0 |
| Hamburg | 4 734 293 | 21,5 |
| Frankfurt am Main | 3 885 958 | 48,5 |
| Köln | 3 302 211 | 32,8 |
| Düsseldorf | 2 459 615 | 40,7 |
| Stuttgart | 2 125 414 | 25,3 |
| Dresden | 2 100 318 | 13,9 |
| Hannover | 1 220 004 | 25,3 |

www.dresden.de, Jahrestourismusbericht 2002, Teil 8, S. 37; nach Statistischen Landesämtern und Statistischem Bundesamt

Fallbeispiel Dresden.



M 3.118 Saisonale Verteilung der Übernachtungen in Hotels
Ebenda, S. 33

M 3.116 Besucherzahlen führender Kultureinrichtungen und Festivals 2002

*2001

www.dresden.de, Jahrestourismusbericht 2002, Teil 5, S. 23 u. 25

| | |
|--|---------------|
| Dresdner Striezelmarkt mit Pyramidenfest und Stollenfest | ca. 2 000 000 |
| Staatliche Kunstsammlung insgesamt | 1 200 000 |
| darunter | |
| Albertinum | 412 000 |
| Gemäldegalerie Alte Meister | 292 000 |
| Rüstkammer | 179 000 |
| 31. Internationales Dixielandfestival | ca. 600 000 |
| Kulturpalast Dresden | 582 933 |
| Sächsische Staatsoper Dresden | 403 310* |
| Frauenkirche | 253 344 |
| Dresdener Philharmonie | 207 968 |
| Landesbühne Sachsen | 199 664 |
| Deutsches Hygiene-Museum | 160 000 |
| Verkehrsmuseum | 150 675 |

M 3.117 Entwicklung des Tourismus

Ebenda, Teil 8, S. 32

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002* |
|---------------------------------------|------|------|------|------|-------|
| Tagesgäste (Mio.) | 4,9 | 5,3 | 6,0 | 6,2 | 5,2 |
| Tages- und Übernachtungsgäste (Mio.) | 5,8 | 6,3 | 7,1 | 7,4 | 6,2 |
| Übernachtungen (Mio.) | 1,78 | 1,94 | 2,19 | 2,23 | 1,84 |
| Durchschnittliche Verweildauer (Tage) | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,2 | 2,2 |

* Einbußen durch das Elbhochwasser im August 2002

| Herkunftsland | Übernachtungen 2002 | Veränderung zum Vorjahr (%) | durchschnittliche Verweildauer (d) |
|--------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. USA | 46 218 | -15,0 | 2,6 |
| 2. Schweiz | 30 612 | -26,8 | 2,6 |
| 3. Japan | 27 958 | -23,7 | 1,7 |
| 4. Großbritannien | 25 201 | -2,6 | 2,2 |
| 5. BeNeLux-Staaten | 24 245 | -10,6 | 2,1 |
| 6. Österreich | 18 477 | -20,5 | 2,1 |
| 7. Skandinavische Länder | 14 653 | -25,1 | 1,6 |
| 8. Italien | 13 590 | -20,9 | 1,6 |
| 9. Frankreich | 13 508 | +1,9 | 2,1 |
| 10. Russland | 9 450 | -16,3 | 2,3 |

M 3.119 Top 10 der Herkunft ausländischer Touristen

Ebenda, Teil 8, S. 35

3.59 Ermitteln Sie, z. B. mithilfe des Internets, bedeutende städtetouristische Ziele in Europa und stellen Sie in einem Kurzvortrag ihre Lage und das jeweilige Potenzial dar.

3.60 Geben Sie Gründe für die unterschiedlichen Anteile ausländischer Touristen am Städtetourismus in Deutschland an (M 3.114).

3.61 Belegen Sie mithilfe der Materialien M 3.115 bis M 3.119 und des Internets (www.dresden.de, Link: Tourismus) das städtetouristische Image Dresdens.

3.62 Erläutern Sie am Beispiel Dresdens den Aspekt der ganzjährigen Saisonalität des Städtetourismus.

3.63 Beurteilen Sie die Eignung Dresdens als Kongressstandort unter dem Aspekt der Erreichbarkeit im Vergleich mit europäischen Metropolen.

Globalisierung der Tourismusbranche

Fast unüberschaubar ist die Anzahl der Länder, die Reisewilligen für ihren Urlaub angeboten wird. Es gibt keinen Kontinent einschließlich der Antarktis, der nicht in das Netz globaler Touristenströme eingebunden wäre. Deutsche Touristen sind hieran in besonderem Maße beteiligt, nehmen sie doch hinter den US-Amerikanern weltweit den zweiten Platz bei den Ausgaben im internationalen Fremdenverkehr ein.

Die fortwährende globale Suche und Erschließung von Räumen für eine touristische Nutzung erfolgt nicht alleine vor dem Hintergrund eines erwarteten quantitativen Wachstums der Touristenmenge. Vielmehr sind es steigende Ansprüche der Urlauber an Ausstattung und Umfeld touristischer Standorte sowie der immer wiederkehrende Wunsch nach Außergewöhnlichem und Einmaligem, die die Entwicklung der Branche vor allem seit den beiden letzten Jahrzehnten bestimmen. An diesem Prozess sind die Akteure aller Segmente der touristischen Wertschöpfungskette beteiligt.

Wertschöpfung erzielen Unternehmen der Tourismusbranche entweder als spezialisierte Anbieter eines Segments oder durch ihre Tätigkeit in mehreren Segmenten.

Spezialisierung und Fusionen

Innerhalb eines Segments kommt es zu weiteren Spezialisierungen. So konzentrieren sich Anbieter von Unterkünften beispielsweise auf preiswerte Familienunterkünfte, Luxushotels, Clubs oder Ferienwohnungen. Die Spezialisierung touristischer Dienstleistungen stellt eine der unternehmerischen Reaktionen auf die globale Ausweitung der Branche dar. Auf der anderen Seite wird mit verschiedenen Formen unternehmensübergreifender Zusammenarbeit reagiert, d.h. der Zusammenführung gleichartiger oder segmentübergreifender touristischer *Dienstleistungen*. Luftfahrtunternehmen etwa schließen sich zu *strategischen Allianzen* zusammen, bei denen unter Erhalt der Eigenständigkeit des Einzelunternehmens Flugbewegungen und -ziele sowie die Preisgestaltung aufeinander abgestimmt werden.

M 3.121

Luftfahrtunternehmen der „Star Alliance“ 2003

| | |
|---------------------|---------------------|
| Lufthansa | Asiana (Südkorea) |
| UnitedAirlines | All Nippon Airways |
| Air Canada | Mexicana |
| Spanair | Varig (Brasilien) |
| BMI British Midland | LOT Polish Airlines |
| Singapore Airlines | US Airways |
| Thai Airways | |

M 3.120 Touristische Wertschöpfungskette

Entwurf: Paul Lindner

| Segmente | Reiseziel-suche | Konkrete Planung und Buchungen für das ausgewählte Ziel | Transport | Unterkunft/ touristische Infrastruktur | Rück-transport |
|-------------------------|--|---|--|---|--|
| Raum-bezug | Wohnort/Heimat | | -----➔ | touristischer Standort lokal/regional/ global | -----➔ |
| Akteure | privat/Dienstleistungsunternehmen mit segmentübergreifendem Angebot/Pauschalreisen | | | | |
| Spezia-lisierte Akteure | z. B. über Internet-werbung | z. B. mithilfe eines Reisebüros | z. B. Bahn, Busunterneh-men, Flug-gesellschaft | z. B. Hotel-gesellschaft, Privat-unterkünfte z. B. lokale Verpflegung, lokale Tourismus-unternehmen | z. B. Bahn, Busunter-nehmen, Flugge-sellschaft |

Fallbeispiel TUI AG.

M 3.122 Ein Konzern im Wandel



„Der Wandel der Preussag AG zum weltweit größten Touristikonzern wurde am 26. Juni 2002 mit der Umfirmierung in die TUI AG abgeschlossen. Die Vision des vormals grundstofforientierten Unternehmens, den Wachstumsmarkt Touristik als zentrales Geschäftsfeld aufzubauen, ist damit bemerkenswert schnell Wirklichkeit geworden. Mitte der 1990er Jahre entstand die Vision, „Urlaub aus einer Hand“ anzubieten und der Wille, aus den besten touristischen Unternehmen Europas einen integrierten Konzern zu schaffen. Heute decken wir durch den Erwerb von starken Marken und die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern über 90 % des europäischen Touristikmarkts ab. Die Gesellschaften der TUI AG bilden alle Stufen der touristischen Wertschöpfungskette ab: Vom Reisebüro über den Veranstalter und die Fluggesellschaft bis hin zum Hotel und der Zielgebietsagentur.“

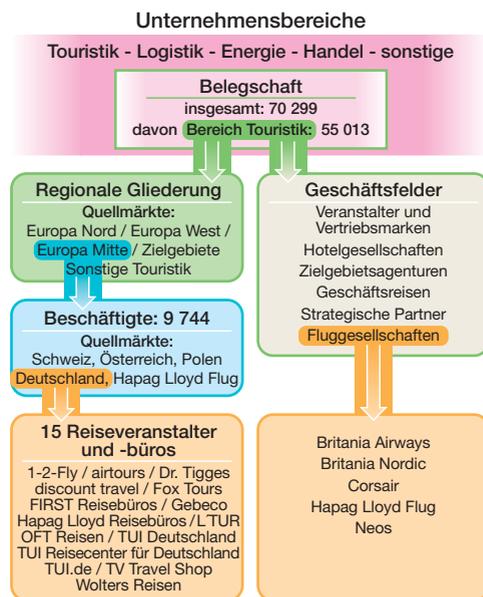
www.tui.com/de/konzern/kurzportraet

Hervorgegangen ist die TUI AG aus der Preussag. Mit deren Gründung 1924 wurden alle außerhalb des Ruhrgebiets liegenden staatlich betriebenen preußischen Einrichtungen, die die Förderung und Verarbeitung mineralischer Rohstoffe betrieben (Bergwerke, Hütten und Salinen ...), zusammengefasst.

1952 verlegte die Preussag ihren Sitz von Berlin nach Hannover. 1997 kam es zur Auslagerung der Preussag AG Stahl. Weitere traditionelle industrielle Unternehmensfelder folgten auf diesem Weg.

Die Umwandlung zum Dienstleistungskonzern setzte seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre über den Zukauf des Touristikunternehmens TUI ein.

M 3.123 Konzernstruktur der TUI AG 2002



3.64 Stellen Sie die Zusammensetzung der „Star Alliance“ (M 3.121) als Beispiel für eine Strategische Allianz (vgl. auch S. 58) den Hauptzielgebieten des internationalen Tourismus gegenüber (M 3.105–M 3.107, M 3.129).

3.65 Erläutern Sie die Vision des TUI-Konzerns, „Urlaub aus einer Hand“ anzubieten.

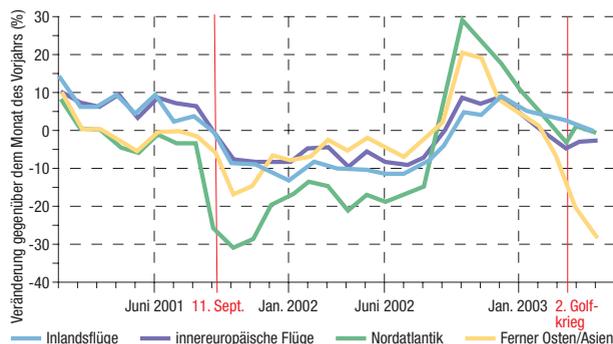
Wachstum am Ende?

Bis zum Ende des 20. Jh.s galt der Tourismus als Wachstumsbranche. Mit der Wende zum 21. Jh. setzte erstmals eine Stagnation bzw. rückläufige Entwicklung ein. Veränderte weltwirtschaftliche Bedingungen, kulturell begründete Auseinandersetzungen, die teils gewalttätige bzw. kriegerische Ausmaße annahmen, und Anschläge gegen beliebte Touristenziele in Tunesien und Kenia sowie auf der indonesischen Insel Bali waren verantwortlich für die Krise im internationalen Fremdenverkehr. Hinzu kam der Ausbruch der tödlichen Lungenkrankheit SARS im ost-/südostasiatischen Raum sowie in Kanada. Die starke Verunsicherung der Touristen machte sich in Buchungsrückgängen deutlich bemerkbar. Vor allem solche Unternehmen mussten Einbußen hinnehmen, die vom

M 3.124 Top 10 bei den Ausgaben der Touristen für den internationalen Tourismus nach Ländern 2001 www.world-tourism.org

| | Ausgaben (Mrd. US-\$) | Entwicklung von 2000 auf 2001 (%) |
|---------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| 1. USA | 58,9 | -8,7 |
| 2. Deutschland | 46,2 | -3,0 |
| 3. Großbritannien | 36,5 | -0,6 |
| 4. Japan | 26,5 | -16,8 |
| 5. Frankreich | 17,7 | -0,2 |
| 6. Italien | 14,2 | -9,4 |
| 7. China (2000) | 13,1 | - |
| 8. Hongkong (China) | 12,5 | -0,1 |
| 9. Niederlande | 12,0 | -1,7 |
| 10. Kanada | 11,6 | -4,3 |

M 3.125 Entwicklung der Passagierkilometer auf ausgewählten Routen 2001–2003 der AEA (Association of European Airlines) ebenda



Ferntourismus abhingen, so insbesondere auch die großen Fluggesellschaften.

Die Touristen wenden sich seitdem verstärkt räumlich näher liegenden Zielen zu, die mit Auto, Reisebus oder Eisenbahn anstelle des Flugzeuges erreicht werden können. Familien- und Verwandtenreisen nehmen zu. Zur touristischen Verhaltensänderung gehört außerdem eine erhöhte Preissensibilität sowie ein steigender Trend zu Last-Minute-Buchungen. Zudem verkürzt sich die Aufenthaltsdauer, Individualreisen werden gegenüber Gruppenreisen verstärkt getätigt.

M 3.126 Cathay trudelt immer tiefer

„Es war eine kleine E-Mail mit großer Wirkung. ‚Wir verbrennen buchstäblich jeden Tag Geld‘, schrieb Nick Rhodes, Chef des Fluggeschäftes bei Asiens viertgrößter Linie, der Hongkonger Cathay Pacific Airways Ltd., am Sonntag seinen Kollegen. Dann kam der Satz, der das ganze Elend fasste: ‚Wir gehen davon aus, dass der Fluggastverkehr im Mai auf unter 6000 je Tag fallen könnte, sodass wir dann darüber nachdenken müssen, die gesamte Passagierflotte am Boden zu halten.‘ ... In seiner Mail schrieb Rhodes am Sonntag, das Unternehmen verlore 3 Millionen Dollar – täglich. Inzwischen notiert der (Aktien)Kurs auf dem Stand vom 14. November 2001, damals geprägt von den Nachwehen der Anschläge vom 11. September in New York. Luft nach unten könnte vorhanden sein ...

Cathay ist nicht die einzige Linie, die betroffen ist. Von der Lufthansa bis zur australischen Quantas, von Continental Airlines bis zu Singapore Airlines (SIA) fürchten die Linien den Doppelleffekt aus (erwartetem Krieg) und (unerwarteter) Lungenkrankheit SARS. Kurzfristiger Kapazitäts- und Stellenabbau sind die Folge. Der Schwerpunkt liegt in der hauptsächlich von der Krankheit betroffenen Region Asien/Pazifik. So gab SIA gestern bekannt, inzwischen 20% aller Flüge eingestellt zu haben ... ‚Die Verbreitung von SARS hat die Fluglinien der Region in die schwierigste Situation gebracht, in der sie jemals steckten‘, sagt Richard Stirland, Generaldirektor der Vereinigung der asiatisch-pazifischen Fluggesellschaften (Association of Asia Pacific Airlines, AAPA).“

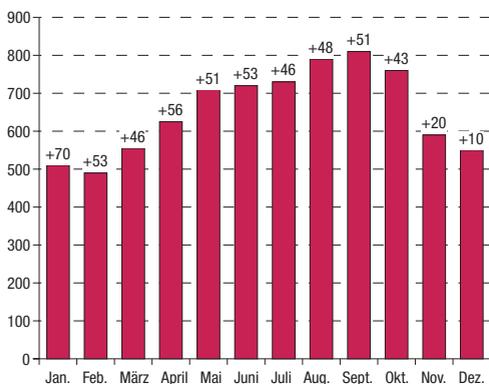
Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15. 4. 2003. Frankfurt a. Main

Mit 10 Euro durch Europa – Billigfliegen als Antwort auf die Krise?

Insbesondere der Flugverkehr reagiert sensibel auf die negativen Einflüsse weltweiter wirtschaftlicher und politischer Entwicklungen. Sinkende Auslastungsraten der Maschinen, Abbau von Kapazitäten beim Fluggerät und Entlassungen bzw. Arbeitszeitverkürzungen betrafen alle großen internationalen Fluggesellschaften zu Beginn des 21. Jh.s.

Hinzu tritt in Europa die Konkurrenz von Billigfluggesellschaften als eine der strategischen Maßnahmen, potenzielle Touristen zurückzugewinnen. Hiervon profitieren in Deutschland insbesondere Regionalflughäfen und solche, die von ehemaliger militärischer in zivile Funktion umgewidmet wurden. Lagenachteile, die z. T. relativ lange Anfahrzeiten der Fluggäste in der Regel mit dem Pkw zur Folge haben, werden durch konkurrenzlos niedrige Flugpreise ausgeglichen. Kurze Bodenzeiten der Maschinen infolge des geringen Flugbetriebs und niedrige Flughafenabgaben für die Gesellschaften machen Niedrigpreise möglich.

Hohe Auslastungsraten der Maschinen bei den Billigfluggesellschaften zwingen mittlerweile auch die großen Luftfahrtunternehmen zum Einstieg in den Niedrigpreissektor. Weniger stark ausgelastete größere Flughäfen werden von den Billigfluggesellschaften zu Drehkreuzen entwickelt, um die Anschlussmöglichkeiten an Destinationen zu erweitern, die selbst nicht angefliegen werden.



M 3.127 Flughafen Köln-Bonn: Passagieraufkommen 2003 (in 1000) u. Entwicklung zum Vorjahr (Säulenbeschriftung in %)

Nach Nebenan, Flughafennachrichten Köln Bonn Airport 28.12.2003

Seit Einsatz des Low-cost-Segments 2002 entwickelte sich z. B. der Flughafen Köln/Bonn zu einem Drehkreuz für Billigflieger und konnte damit in kürzester Zeit beim Passagieraufkommen ein enormes Wachstum erzielen.

Positive Zukunft. Die räumliche Selektion touristischer Destinationen im Gefolge weltwirtschaftlicher und politischer Entwicklungen zu Beginn des 21. Jh.s schlägt sich jedoch negativ insbesondere für bestimmte islamisch geprägte Räume nieder, selbst wenn diese nicht direkt von politischen Ereignissen betroffen sind.

Trotzdem sieht die WTO langfristig die positive Entwicklung des internationalen Tourismus als nicht gefährdet an. Dabei beruft sie sich vor allem auf Nachfragepotenziale in wirtschaftlich nachholenden, bevölkerungsreichen Ländern wie etwa Russland oder China, das weltweit heute schon eine führende Position bei den Ausgaben für den Tourismus einnimmt.

M 3.128 Entwicklung internationaler Touristenankünfte und Marktanteile nach Regionen (vgl. M 3.105, S. 156)

www.world-tourism.org

| Region | Prognose internationale Touristenankünfte 2020 (Mio.) | Jährliche Wachstumsrate 1995–2020 (%) | Marktanteil (%) 1995 | Marktanteil (%) 2020 |
|----------------------|---|---------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Welt | 1561,1 | 4,1 | 100 | 100 |
| Afrika | 77,3 | 5,5 | 3,6 | 5,0 |
| Nord- und Südamerika | 282,3 | 3,9 | 19,3 | 18,1 |
| Ostasien und Pazifik | 397,2 | 6,5 | 14,4 | 25,4 |
| Europa | 717,0 | 3,0 | 59,8 | 45,9 |
| Mittlerer Osten | 68,5 | 7,1 | 2,2 | 4,4 |
| Südasien | 18,8 | 6,2 | 0,7 | 1,2 |

3.66 Fertigen Sie eine Mind Map an zum Thema „Tourismus und die Kehrseiten der Globalisierung“.

3.67 Ermitteln Sie, z.B. mithilfe des Internets, bevorzugte Flugdestinationen eines ausgewählten Billigflugunternehmens und setzen Sie Ihre Rechercheergebnisse in eine thematische Karte um.

3.68 Vergleichen Sie die künftige Entwicklung des internationalen Tourismus bis 2020 mit dem Stand vor der Jahrtausendwende (M 3.128).

Fernreisetourismus – Tourismus in Schwellen- und Entwicklungsländern

Spätestens zu Beginn der 1980er Jahre waren in den globalen Hauptquellgebieten des Tourismus – Europa und Nordamerika – die wirtschaftlichen Voraussetzungen entstanden, die den Fernreisetourismus zu einem Massenphänomen werden ließen. Die zunehmende Wohlstandsentwicklung in den Industriestaaten spiegelte sich in steigenden Ansprüchen an Reiseziele, Urlaubsgestaltung und Erlebnisgehalt wider. Gegenüber den herkömmlichen Reisezielen in Europa besaßen und vermitteln Fernreiseziele in Schwellen- und Entwicklungsländern den Reiz unverbrauchter landschaftlicher und kultureller Schönheit und Exotik. Die Fremdartigkeit von Natur und Kultur der zumeist in den Subtropen und Tropen liegenden Fernreiseregionen erhöht beim potenziellen Touristen die emotionale Wirkung und forciert damit im Vergleich zu den bekannten Räumen Europas die Nachfrage beträchtlich.

Voraussetzungen

Voraussetzung zur Umsetzung der Fernreisewünsche ist die Erschließung der durch die Touristikbranche als geeignet eingestuften Zielregionen und deren Ausstattung mit der notwendigen *Infrastruktur*. Diese erfordert nicht nur ein Angebot an Unterkünften entsprechend der anvisierten touristischen Zielgruppe, sondern zahlreiche weitere *Dienstleistungen*, die der Versorgung der Touristen dienen: Gaststättengewerbe, ein Angebot an Sport- und anderen Freizeitmöglichkeiten,

die Sicherstellung kultureller Angebote, Devotionalienhandel, lokale Transportmöglichkeiten, ärztliche Versorgungseinrichtungen usw. Zu deren Gewährleistung sind umfangreiche *Investitionen* notwendig, die nicht alleine von der Zielregion aufgebracht werden können. Auch eine den Touristenwünschen entsprechend qualifizierte personelle Ausstattung der Zielregion ist sicherzustellen.

Insgesamt ergeben sich aus der Teilhabe am globalen Fernreisetourismus für die Zielregionen komplexe binnen- und außenwirtschaftliche Verflechtungen. Der wirtschaftliche Stellenwert, den der Tourismus in einzelnen Ländern dabei erreichen kann, umfasst eine große Spannweite. Das vielseitige Bemühen von *Schwellen- und Entwicklungsländern* um eine Teilhabe am Fernreisetourismusmarkt führt zudem zu gegenseitigen Konkurrenzsituationen. Bei der Untersuchung der Verteilung internationaler Touristenströme auf globale Fernreiseziele außerhalb Europas und Nordamerikas offenbaren sich deutlich bevorzugte bzw. vernachlässigte Regionen.

M 3.129

Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismuseinkünfte für ausgewählte Schwellen- und Entwicklungsländer 2001

Nach www.world-tourism.org und Mario von Baratta 2004, a. a. O., Sp. 19–38

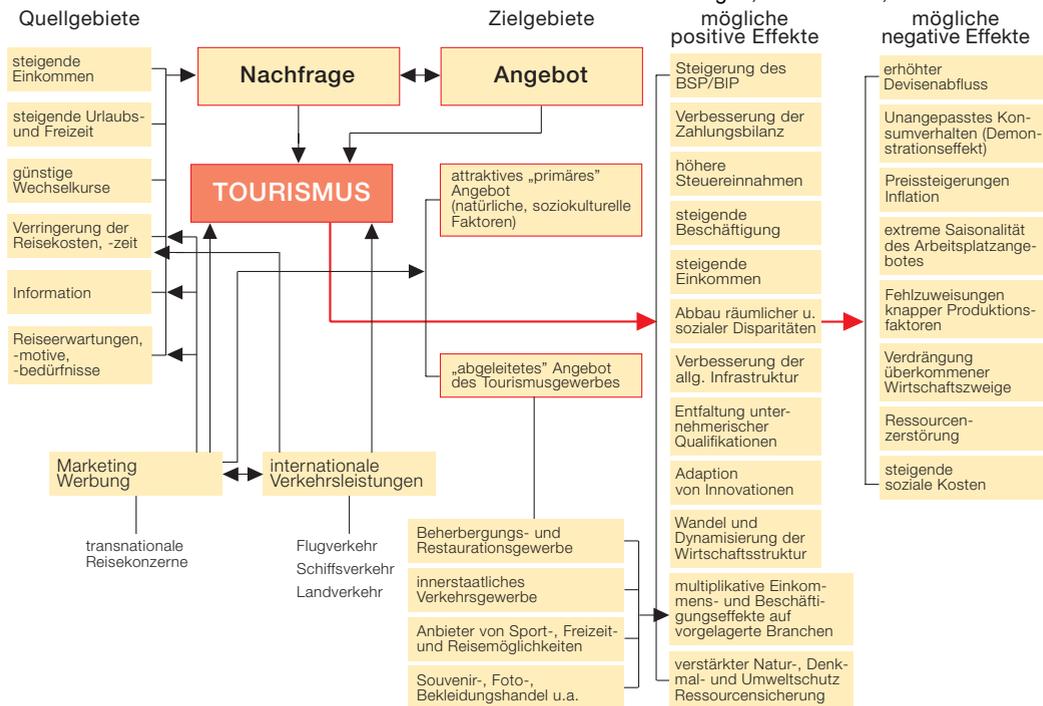
| | BSP/ Kopf (US-\$) | Anteil Tourismus am BSP (%) |
|---------------|-------------------------|-----------------------------------|
| Malediven | 2000 | 63,6 |
| Bahamas | > 9206 | 33,2 |
| Seychellen | 6530 | 19,2 |
| Dominik. Rep. | 2230 | 16,4 |
| Fidschi | 2150 | 11,6 |
| Tunesien | 2070 | 7,5 |
| Singapur | 21500 | 6,4 |
| Thailand | 1940 | 5,9 |
| Malaysia | 3330 | 5,8 |
| Ägypten | 1530 | 4,6 |
| Mexiko | 5530 | 1,7 |
| China | 890 | 1,5 |

M 3.130

Top 15 der Tourismusziele in Schwellen- und Entwicklungsländern

Nach www.world-tourism.org

| Ziel | Intern. Touristenankünfte (1000) | |
|------------------------------|----------------------------------|--------|
| | 1990 | 2000 |
| China | 10484 | 31229 |
| Mexiko | 17176 | 20643 |
| Hongkong | 6581 | 13059 |
| Malaysia | 7446 | 10222 |
| Türkei | 4799 | 9587 |
| Thailand | 5299 | 9509 |
| Singapur | 4842 | 7690 |
| Macao | 2513 | 6682 |
| Südafrika | 1029 | 6001 |
| Südkorea | 2959 | 5322 |
| Brasilien | 1091 | 5313 |
| Ägypten | 2411 | 5116 |
| Indonesien | 2178 | 5064 |
| Tunesien | 3204 | 5057 |
| Marokko | 4024 | 4113 |
| Summe der Top 15 | 76036 | 144607 |
| Zum Vergleich: | | |
| Deutschland | 17045 | 18983 |
| Europa | 282744 | 403303 |
| Nordamerika (USA, Kanada) | 54572 | 71314 |
| Japan, Australien | – | 9703 |
| Welt | 457306 | 698793 |



M 3.131 Struktur- und Verflechtungsmodell der wirtschaftlichen Grundlagen und Auswirkungen des Entwicklungsländertourismus

Nach Karl Vorlauffer: *Tourismus in den Entwicklungsländern*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1996, S. 128

Einbettung des Tourismus in die Wirtschaft der Schwellen- und Entwicklungsländer

Die Entscheidung eines Schwellen- oder Entwicklungslandes für die Teilhabe am globalen Tourismus steht stets im Zusammenhang mit der gesamtwirtschaftlichen und sozioökonomischen Situation des Landes. Bei einem solchen Entscheidungsprozess sind wirtschaftliche Vorteile des Tourismus mit dessen Nachteilen bzw. Risiken abzuwägen. Hierbei beeinflusst eine Vielzahl wirtschaftlicher Einzelfaktoren den Tourismus bzw. werden von diesem beeinflusst, so vor allem:

- die Beschäftigungs- und Einkommensstruktur,
- die sektorale Wirtschaftsstruktur,
- der Diversifizierungsgrad der Wirtschaft,
- die vorhandene bzw. für den Tourismus zu erstellende Infrastruktur,
- der Außenhandel und die Verflechtung mit ausländischen Unternehmen,
- das Preisniveau,
- die räumlichen Entwicklungsunterschiede im betreffenden Land,
- die spezifische Kultur des Landes.

Über Angebote tourismusbezogener Produkte oder Dienstleistungen bestehen für die lokale,

regionale und nationale Wirtschaft der Schwellen- und Entwicklungsländer Verflechtungsmöglichkeiten mit dem internationalen Tourismus. Solche Möglichkeiten bieten sich für Akteure sowohl des *informellen* als auch des formellen *Sektors*. So können sich mit dem Aufbau von Tourismusregionen z.B. neue Märkte für einheimische Agrarproduzenten entwickeln. Auch die kunstgewerbliche Produktion wird durch den Tourismus stimuliert. Beherbergungsgewerbe und Gastronomie stellen weitere Beispiele wirtschaftlicher Teilhabe am Tourismus für einheimische Unternehmer dar. Neben direkte Beschäftigungsmöglichkeiten durch den Tourismus treten indirekte, so z.B. in der Bauwirtschaft.

3.69 Berechnen Sie die Anteile der 15 wichtigsten Fernreiseziele an den Ankünften weltweit für die Jahre 1990 und 2000 (M 3.130) und ermitteln Sie dabei Reiseziele mit überproportionaler Entwicklung.

3.70 Vergleichen Sie die binnenwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in ausgewählten Schwellen- und Entwicklungsländern mit ihrer Rangstellung im Welttourismus (M 3.129 und M 3.130).

Fallbeispiel Tourismus auf Boracay (Philippinen)

Auf knapp 2,2 Mio. pendelten sich die jährlichen Ankünfte ausländischer Touristen am Ende des 20. Jh.s auf den Philippinen ein. Zirka 2,5 Mrd. US-\$ an Einnahmen pro Jahr bildeten zu diesem Zeitpunkt ungefähr 3% des BSP des Landes.

Erste Überlegungen zur regionalpolitischen Nutzung des Tourismus mit dem Ziel der Förderung peripherer Landesteile wurden schon während der ersten Hälfte der 1970er Jahre entwickelt. Jedoch erst in den 1990er Jahren lag ein Entwicklungsplan vor, der für den gesamten Inselstaat touristische Entwicklungsmaßnahmen vorsah und damit der Dominanz der Metropole Manila entgegenwirken sollte. Neben dem Abbau regionaler und als Folge davon sozioökonomischer Disparitäten zielten die Planungen zudem auf Umweltverträglichkeit und die Berücksichtigung der kulturellen Eigenarten der jeweiligen Regionen.

M 3.132 Rucksacktouristen als Pioniere

„In den ausgehenden [19-]70er Jahren wurde Boracay von relativ wenigen, auf den Philippinen lebenden Ausländern besucht, die hier in einfachen Unterkünften einen preiswerten Urlaub erleben konnten. 1978 wurde die Insel erstmals als ‚Geheimtip‘ in einem von Rucksacktouristen viel benutzten deutschen Reiseführer ... erwähnt: Bis weit in die [19-]80er Jahre war die Insel Ziel der Low-Budget-Traveller. Erst nachdem eine Straße vom Regionalflughafen Kalibo auf Panay zu der etwa 100 (Straßen-) km entfernten ... Fährstelle fertig gestellt war, setzte ein stärkerer Besuch auch von Touristen mit höheren Ansprüchen ein. Ab 1985 entstanden die ersten Hotelanlagen gehobenen Standards, die heute auch von europäischen Reiseveranstaltern vermarktet werden. Insgesamt dominieren aber bis heute Kleinbetriebe ... als sog. Cottage-Anlagen relativ einfachen Standards, die überwiegend auf dem Individualtourismus basieren.

Die Insel ist inzwischen eine der wichtigsten Destinationen des Archipels ..., und sie trägt als Peripheriestandort bisher am stärksten zur Abschwächung disparitärer Entwicklung bei.

Die etwa 3000 Einwohner lebten in ‚vortouristischer Zeit‘ überwiegend von einer vornehmlich subsistenzwirtschaftlich orientierten Landwirtschaft und Fischerei ... Eine massive Abwanderung war charakteristisch ... Nährstoffarme und schlecht drainierte Böden im Inselinneren und die langen Sandstrände boten nur marginale agrarische Produktionsbedingungen. Die allmählich ins Meer abfallenden Sandstrände ... erlaubten nicht die Anlage eines Hafens für die Fischerei ...

Mit der ... stürmischen Entwicklung des Tourismus erfolgte eine radikale Umwälzung der Wirtschaft und der Lebenswelt der Inselbewohner. 1994 wurden nach ... Schätzungen ... etwa 2500–3000 direkte und indirekte Arbeitsplätze geschaffen ... Die kleinbetriebliche Struktur bietet daneben Arbeitsplätze für eine relativ große Zahl von selbstständig Beschäftigten. Unter Berücksichtigung der Familienstrukturen ist davon auszugehen, dass insgesamt 11000 bis 14000 Menschen vom Tourismus als Einkommensquelle abhängig sind, von denen allerdings ein beträchtlicher Teil auf der Hauptinsel Panay lebt. Die Insel wandelte sich zudem von einem vormaligen Ab- zu einem Zuwanderungsraum ...

In der Hochsaison ... weist die Insel darüber hinaus die für extrem saisonabhängige Destinationen typische Zuwanderung vornehmlich aus den Visayas [zentrale Inselgruppe des philippinischen Archipels, zu der u.a. die Inseln Panay, Negros, Cebu und Samar gehören], bei den höher Qualifizierten auch aus Manila auf. Infolge der kleinbetrieblichen Struktur und des frühen Engagements Einheimischer im Fremdenverkehrsgewerbe ist heute die Mehrheit der Betriebe und Zimmerkapazitäten Eigentum Einheimischer ...

Im Zuge der touristischen Entwicklung stieg der Wert des Landes vor allem am vorher weitgehend wertlosen, agrarisch nicht nutzbaren White Beach extrem an. Konflikte um Landnutzungs- und Erbrechte im Zuge des sich verstärkenden Zuflusses von Kapital auch aus anderen Regionen und aus dem Ausland ... sind typisch.“

Karl Vorläufer: Tourismus auf den Philippinen: Determinante der Verschärfung oder Milderung regionaler Disparitäten in einem Archipelstaat. In: Petermanns Geographische Mitteilungen 140, H. 3. Gotha: Perthes 1996, S. 152–154

der einst keinen Vergleich mit den schönsten Malediven-Stränden scheuen musste, bereits tiefe Spuren hinterlassen. Den milchpulverfeinen, früher blendend weißen Sandstrand überzieht inzwischen ein fahler Grauschleier, wenn ihn nicht gar – in der Regel während der Hauptsaison zwischen Januar und April – ein schleimiger Algenteppich bedeckt. Problematisch ist auch der Abfall der Badegäste, der nicht entsorgt, sondern teilweise verbrannt oder einfach in die Landschaft gekippt wird. So türmen sich im Inselinnern an manchen Stellen bizarre Berge aus alten Plastikflaschen. Und ernsten Anlass zur Sorge gibt schließlich die Tatsache, dass es auf Boracay bislang noch keine Kläranlage, sondern nur einfache Sickergruben gibt.“

*Roland Dusik: Philippinen Richtig Reisen.
Köln: Dumont 1997, S. 203*

M 3.135 Belastung der Natur

„Mittlerweile gibt es auf Boracay über 200 Touristenunterkünfte aller Klassen für die jährlich bis zu 200 000 Übernachtungsgäste. Vor allem an der Westküste reiht sich ein Beach Resort an das andere, schießen in den wenigen verbliebenen Lücken Restaurants, Surf- und Tauchschulen, Bars und Diskotheken wie Pilze aus dem Boden. Hier plärren Stereo-Anlagen ohrenbetäubend durch die lauen Tropennächte und übertönen – wenn die Stromversorgung vom ‚Festland‘ wieder einmal zusammengebrochen ist – knatternde Dieselgeneratoren das Meeresrauschen.

Doch haben der Bauboom und die rücksichtslose Ausbeutung der Natur gerade am White Beach,

Tourismusplanungen auf Boracay. Boracay gehört zu einem der sieben Hauptinvestitionsziele der philippinischen Tourismusplanung außerhalb der Metropole Manila.

Die Weiterentwicklung des Tourismus auf der knapp 1 000 Hektar großen Insel wird im „Master Plan“ festgehalten. Dieser regelt die künftige Flächennutzungsstruktur. Knapp 40 % der Inselfläche sind demnach für touristische und sonstige Siedlungszwecke vorgesehen. Die geplanten Golfplätze nehmen dabei alleine eine Fläche von 117 ha ein. Vor dem Hintergrund eines ausländischen Touristenanteils zwischen 30 und 45 % während der 1990er Jahre stellt die verbesserte Erreichbarkeit Boracays durch den Ausbau Kalibos von einem innerphilippinischen Regionalflughafen zu einem internationalen Flughafen ein wichtiges Entwicklungsziel dar.

3.71 Erarbeiten Sie mithilfe von M 3.133 das touristische Potenzial Boracays.

3.72 Beschreiben Sie die räumliche Verbreitung tourismusrelevanter Infrastruktur auf Boracay.

3.73 Fassen Sie in einer Tabelle chronologisch die Entwicklung des Tourismus auf Boracay zusammen.

3.74 Erstellen Sie eine Mind Map zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgewirkungen des Tourismus auf Boracay. Ziehen Sie hierzu auch M 3.131 heran.

3.75 Zeigen Sie ökonomische und ökologische Grenzen und Risiken der touristischen Entwicklung auf Boracay auf (vgl. auch S. 160).

3.76 Erarbeiten Sie – z. B. mithilfe der Internetbegleitung dieses Schülerbuches – ein Referat zum Thema „Tourismus und Kulturkonflikt auf Bali“. Halten Sie dieses Referat vor Ihrem Kurs. Verwenden Sie dabei zusätzliches Präsentationsmaterial wie z. B. Atlanten, Wandkarte oder Overheadprojektor und stellen Sie Aufgaben, die den Kurs aktiv am Referat beteiligen.

Einheimische Kultur im Konflikt mit dem Tourismus

Das Erleben einer fremden Kultur zählt zu den wesentlichen Reisemotiven, die insbesondere bei Fernreisen zum Tragen kommen. Über die verschiedenen kulturellen Ausdrucksformen lassen sich Einblicke z. B. in Lebensweisen, gesellschaftliche Organisation oder religiöse Vorstellungen des Gastlandes gewinnen. Originäre traditionelle Kulturen sind in den touristischen Zielregionen anderer Kulturräume jedoch kaum mehr anzutreffen. Zum Teil jahrhundertlang, insbesondere aber seit dem 19./20. Jh. stattfindende Überprägungs- und Modernisierungsprozesse, die zumeist von den westlichen Industrieländern ausgingen, haben weltweit zu teilweise tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandlungsprozessen geführt.

Von der Funktionalisierung kultureller Erscheinungen für touristische Zwecke gehen heute weitere Einflüsse aus. Einerseits ist es der Tourismus, der z. B. die kunsthandwerkliche Produktion, kulturelle Darbietungen wie Tanz- und Theatervorführungen oder Bauwerke (Tempel, Pyramiden) in ihrem Fortbestehen sichern kann und damit entsprechende Arbeitplatzeffekte nach sich zieht. Andererseits importieren Touristen Verhaltensweisen, die nicht mit denen der Bevölkerung der Gastländer übereinstimmen. Entfremdungserscheinungen gegenüber der eigenen Kultur bei der einheimischen Bevölkerung, Veränderungen familiärer Einkommensstrukturen, Einfluss auf die traditionelle gesellschaftliche Rollenverteilung oder Zerstörung von Lebensgemeinschaften etwa bei der Verdrängung von Fischern aus Küstenbereichen zwecks Errichtung küstenorientierter Tourismusanlagen stellen Beispiele möglicher Folgeerscheinungen dar. Hierbei können auch religiöse Lebensbereiche berührt werden. Die religiöse Fundierung des Lebensalltags ist in vielen Zielländern des Ferntourismus häufig in viel stärkerem Maße vorhanden als im westlichen Kulturraum, dem Hauptquellgebiet des internationalen Tourismus. Touristen nehmen die soziokulturellen Auswirkungen häufig nicht wahr. Der Umgang des Gastlandes mit importierten, der einheimischen Kultur möglicherweise widersprechenden Verhaltensweisen der Touristen ist unterschiedlich. Er reicht von Akzeptanz und Hinnahme bis zum Erlass von Verhaltensvorschriften, z. B. die Ganzkörperbedeckung für ausländische

Frauen im Iran oder das Alkoholverbot in einigen Bundesstaaten Malaysias.

Über Unwissenheit bzgl. einheimischer kultureller Gepflogenheiten und unbewusste Anwendung eigener touristischer Konsumweisen hinaus ist jedoch auch bewusste Ignoranz gegenüber der Kultur des Gastlandes im internationalen Tourismus festzustellen. Diese steigert sich beim Sex-Tourismus, mit dem sich manche Länder mittlerweile ein Klischee erworben haben (z. B. Thailand), bis zur Verletzung der Menschenwürde.

Das Fallbeispiel Bali. Für eines der Hauptreiseziele in Südostasien, die indonesische Insel Bali, haben sich die Einnahmen aus dem Tourismus zu einer wesentlichen wirtschaftlichen Grundlage entwickelt. Mit einem Anteil von 80 % Touristen auf Bali aus westlichen Industrieländern – vor allem aus Japan, Australien und europäischen Ländern – erhält das ohnehin vorhandene Spannungsverhältnis zwischen moslemischer Mehrheitsbevölkerung Indonesiens und der balinesisch-hinduistischen Bevölkerung in Form westlich geprägter Verhaltensmuster und Wertvorstellungen eine zusätzliche Komponente. Hierin sahen Kommentatoren eine der Ursachen für den Terroranschlag gegen ein Feriencenter im Süden der Insel 2002. Neben knapp 200 Toten hatte Bali daraufhin schwerwiegende wirtschaftliche Rückschläge hinzunehmen.

Rollenspiel –

In Rollenspielen werden Konflikte und/oder Problemfelder spielerisch aufgegriffen und in verteilten Rollen im Hinblick auf mögliche Lösungsalternativen oder weitere Entwicklungen durchgespielt.

Vorrangige Ziele eines Rollenspiels sind die Selbsterfahrung, die Einsicht in Wertmaßstäbe und deren eventuelle Korrektur, das Probehandeln in einer Konfliktsituation.

Im Mittelpunkt stehen das Spiel selbst und die anschließende Spielkritik. In der Ausführung der eigenen Rolle und in der Diskussion überprüfen die Spielerinnen und Spieler ihre eigenen Wertmaßstäbe bzw. Interessen und lernen die der anderen kennen. Die Informationen und Vorgaben an die Spielerinnen und Spieler müssen zwar sachlich korrekt sein, sollten aber möglichst viel Raum zu der kreativen Ausgestaltung einer Rolle lassen.

Mögliche Foren, die in Rollenspielen simuliert werden können, sind z.B. Gemeinderatssitzungen, Ausschusssitzungen eines Parlaments, Runde Tische, außerparlamentarische Kommissionen, Talk-Shows.

Wichtig für die Ausführenden des Rollenspiels ist die argumentativ überzeugende Darstellung und Verteidigung der jeweils zu vertretenden Position während der Diskussion.

Ablauf

1. Vorbereitung:

- Darstellung einer Problemlage,
- Benennung eines Spiel- bzw. Diskussionsleiters,
- Besetzung der Rollen und Rollenstudium.

2. Spiel:

- entscheidende Bedeutung des Spielleiters für das Gelingen (sich selbst zurücknehmen, “Schweiger” aktivieren, Bezüge zwischen vorgebrachten Argumenten herstellen, d.h. zwischen den Diskussionsteilnehmern vermitteln),
- Schülerinnen/Schüler ohne Rolle sind Zuhörer.

3. Spielkritik:

- Spieler distanzieren sich von ihren Rollen, analysieren ihr eigenes Rollenverhalten und das der anderen,
- Lerngruppe bewertet die Qualität der Argumente, die Glaubwürdigkeit der vertretenden Standpunkte und die Entscheidung.

3.77 Führen Sie ein Rollenspiel zum Thema “Künftige Entwicklung des Tourismus auf Mallorca” als Runden Tisch verschiedener Interessenvertreter durch. Informieren Sie sich dazu zunächst über die zu behandelnde Problematik mithilfe des folgenden Textes und der Materialien der nächsten Seite.

3.78 Suchen Sie zunächst für jeden Vertreter des Runden Tisches Argumente. Hilfreich sind dabei z.B. die Informationsmaterialien aus der Internetbegleitung dieses Schülerbuchs.

Schreiben Sie diese Argumente auf eine Notizkarte, um sie jederzeit flexibel in die Diskussion einbringen zu können.

3.79 Werten Sie anschließend das Rollenspiel unter folgenden Fragestellungen aus:

a) Kriterien, an denen sich die Interessenvertreter orientierten,

b) Kompromissfähigkeit der Beteiligten.

3.80 Überlegen Sie, inwieweit die Thematik bzgl. Mallorca auf andere touristische Destinationen übertragbar ist.

3.81 Projekt: Stellen Sie für ein selbst gewähltes Beispiel eines Rollenspiels zum Tourismus eine Liste unterschiedlicher Interessenvertreter zusammen. Suchen Sie anschließend für die einzelnen Rollen aus verschiedenen Quellen, z.B. Tageszeitungen, Schulbuch, Internetseiten oder Fachzeitschriften, geeignetes Informationsmaterial zusammen, das für eine argumentativ geführte Diskussionsrunde einsetzbar ist.

Gegenwärtiger Entwicklungsstand des Tourismus auf Mallorca

Ende der 1990er Jahre erreichten die Diskussionen zu den Grenzen der Belastbarkeit der spanischen Mittelmeerinsel durch den Tourismus eine breite Öffentlichkeit. Damals war die Zahl der Touristen auf Mallorca auf über 10 Mio. angewachsen. Zirka 80% reisten mit dem Flugzeug an, das entsprach ca. 15% der internationalen Ankünfte in Spanien. Den scheinbar unaufhaltsamen jährlichen Zuwachsraten setzte die Regierung der Balearn mit Beginn des 21.Jh.s eine gewandelte Tourismuspolitik entgegen. Imageverfall, Wasserverknappung und Abfallproblematik sollten mithilfe eines qualitativ höherwertigen, nachhaltigen Tourismus begegnet werden. Nach Ankündigung einer Öko-

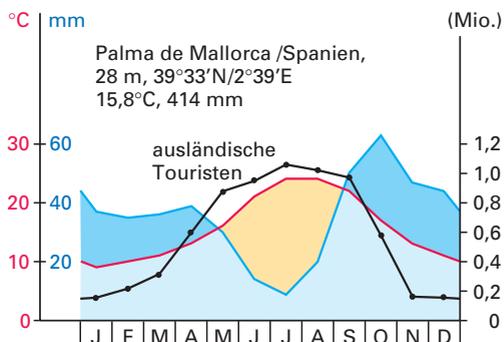
Künftige Entwicklung des Tourismus auf Mallorca

steuer gingen im Jahr 2000 die Buchungszahlen während der Hochsaison um ca. 30 % gegenüber dem Vorjahr zurück. Daher gab die 2003 neu gewählte Regionalregierung den qualitätsorientierten Kurs auf, um wieder an die touristische Entwicklung der 1990er Jahre anzuknüpfen. Gegen die in diesem Zusammenhang neu geplanten Großprojekte, wie z. B. Autobahn- und Golfplatzbau, kam es zu Massendemonstrationen auf Mallorca.

Thema des Rollenspiels sind die unterschiedlichen touristischen Entwicklungskonzepte für Mallorca. Die Materialien dieser Seite dienen zunächst als Grundinformation für alle Teilnehmer am Rollenspiel. Diese Materialien sollen bei der Durchführung des Rollenspiels mitverwendet werden. Kartografisches Darstellungsmaterial – z. B. Atlas oder Wandkarte – sollte hinzugezogen werden. Teilnehmer sind: der Moderator, je ein politischer Vertreter für eine *nachhaltige touristische Entwicklung* bzw. für die Wiederaufnahme des touristischen Wachstumskurses, je ein Vertreter eines spanischen und eines deutschen Reiseunternehmens sowie ein Vertreter des mallorquinischen Umweltverbands GOB.

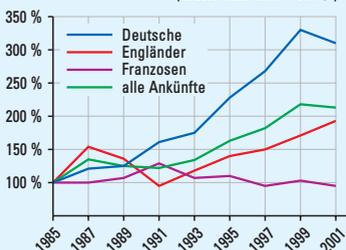
Materialien für die einzelnen Teilnehmer sind z. B. in der Internetbegleitung dieses Schulbuches zu finden und wurden dafür zielgerichtet ausgewählt. Unter anderem mit deren Hilfe können sich die Teilnehmer in ihre jeweilige Rolle einarbeiten. Ein motivierender Anmoderationstext, der die touristische Problematik auf Mallorca verdeutlicht, ist dort ebenfalls vorzufinden.

M 3.137 Klima und Saisonalität der Tourismusankünfte für Mallorca



M 3.138 Tourismuspoteziale Mallorcas

Entwicklung der Touristenankünfte per Flugzeug (Index-Jahr 1985 = 100 %)



Anteil der in- und ausländischen Urlauber 2001

