

## **Projekt B 9**

# **Touristische Großprojekte und Regionalentwicklung. Evaluierung des Beitrags von Tourismusprojekten zur ökonomischen Aufwertung peripherer Regionen im Maghreb**

*Dr. Andreas Kagermeier*

**Technische Universität München**

**Bericht 1997**

## 1. Ausgangssituation und Problemstellung

Mit dem Projekt werden die Auswirkungen von staatlich initiierten Tourismusprojekten auf die wirtschaftliche Entwicklung von Peripherregionen im Maghreb untersucht. Als Fallbeispiele wurden je eine marokkanische und eine tunesische Region gewählt, in denen die touristische Erschließung von staatlicher Seite explizit unter dem Aspekt der räumlichen Dezentralisierung touristischer Erschließung und der wirtschaftlichen Entwicklung von Peripherregionen begonnen worden ist.

Vor dem Hintergrund der in der Vergangenheit stetig zunehmenden touristischen Nachfrage wird in Marokko und Tunesien seit Mitte der 80er Jahre versucht, die touristische Erschließung auch für die Regionalentwicklung von Peripherregionen zu instrumentalisieren. Durch den Ausbau der touristischen Infrastruktur in Regionen mit geringen anderen ökonomischen Potentialen soll ein Beitrag dazu geleistet werden, die zentral-peripheren Entwicklungsgefälle zu reduzieren. Hintergrund dieser Handlungsstrategien ist der Polarization-Reversal-Ansatz, der davon ausgeht, daß der Prozeß der Polarisierungsumkehr durch staatliches Handeln beschleunigt werden kann, um ein regional ausgeglicheneres Wachstum zu erreichen. Die beiden Länder bieten hierfür relativ günstige Bedingungen, da – im Gegensatz z.B. zu karibischen Inselstaaten – aufgrund der vorhandenen diversifizierten Gewerbe- und Industriestruktur ein erheblicher Teil der aus dem Tourismus resultierenden Kapitalzuflüsse im Land verbleibt und damit für eine wirtschaftliche Entwicklung wirksam werden kann.

In Tunesien wurde neben dem Ausbau des Wüstentourismus im Raum Touzeur mit dem neuen Tourismus-Großprojekt *Tabarka* im Nordwesten des Landes versucht, einen Komplex zu entwickeln, der von der Dimension mit den bisher vorhandenen touristischen Badetourismus-schwerpunkten vergleichbar ist. Im Rahmen der Diversifizierung des tunesischen Tourismusangebotes sollten mit Tabarka gleichzeitig neue Zielgruppen angesprochen werden, wobei vor allem intendiert war, sich vom Klischee des preiswerten tunesischen Massentourismus abzusetzen und ein hochwertiges Nachfragesegment anzusprechen. Zur Saisonverlängerung war intendiert, neben dem Badetourismus andere Formen wie Golf-, Jagd- und Wandertourismus auszubauen.

In Marokko betrifft der unter regionalentwicklungspolitischen Gesichtspunkten betriebene Ausbau des Tourismus vor allem den präaharischen Süden des Landes, wobei die Region *Ouarzazate* den zentralen Teil der zu entwickelnden Tourismusregion darstellt. Zum großen Teil handelt es sich darum, die bereits vorhandenen Standorte des Rundreisetourismus zu Destinationen mit einer eigenständigen Anziehungskraft zu entwickeln.

Anhand der als Beispielprojekte gewählten Standorte Ouarzazate und Tabarka soll der Frage nachgegangen werden, welche regionalökonomischen Effekte sich etwa 10 Jahre nach dem Start der jeweiligen Tourismusprojekte feststellen lassen. Von staatlicher Seite wurde in beiden Fällen neben der Vorgabe von mengenmäßigen Ausbauzielen für die Beherbergungsinfrastruktur das Sekundärziel der wirtschaftlichen Entwicklung von Peripherregionen weder quantitativ noch qualitativ genauer operationalisiert. Für eine *ex-post*-Wirkungsanalyse sind damit keine vorgegebenen Parameter vorhanden, anhand derer sich ein Zielerreichungsgrad für festgestellte direkte oder indirekte wirtschaftliche Wirkungen festmachen lassen würde.

## 2. Äußerer Verlauf des Projektes im Berichtsjahr 1997 und methodische Vorgehensweise

Zur Beantwortung der zentralen Frage, welche ökonomischen Auswirkungen sich 10 Jahre nach dem Start der beiden touristischen Großprojekte in Marokko und Tunesien in der Region feststellen lassen, konnte nur in ganz begrenztem Umfang auf vorhandene sekundärstatistische Quellen zurückgegriffen werden. Nachdem 1996 erst ein erster Sondierungsaufenthalt in Tunesien stattgefunden hatte, waren zur Beschaffung von Primärinformationen für 1997 längere Geländeaufenthalte vorgesehen.

Im Berichtsjahr 1997 wurden in jedem der beiden Beispielgebiete ein Geländeaufenthalt durchgeführt: in **Ouarzazate** sechs Wochen im März/April und in **Tabarka** vier Wochen im September.

Wichtigster Baustein der Geländeaufenthalte waren Befragungen der Gewerbebetriebe in den beiden Beispielregionen. In Ouarzazate sind zum einen flächendeckend alle Betriebe im Innenstadtbereich (in Abb. 1 mit einem Rahmen markierter Bereich), der sich im wesentlichen entlang der Ost-West-Hauptachse des Ortes erstreckt, erfaßt worden. Im übrigen Stadtgebiet wurden selektiv nur noch die Betriebe einbezogen, bei denen ein Bezug zu den touristischen Aktivitäten zu vermuten war. Während die auf den Tourismus (auch nur teilweise) ausgerichteten Betriebe damit vollständig erfaßt wurden, sind die der Quartiersversorgung dienenden Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen in den Wohngebieten deutlich unterrepräsentiert. Insgesamt sind standardisierte Interviews mit den Inhabern von 413 Gewerbebetrieben durchgeführt worden.

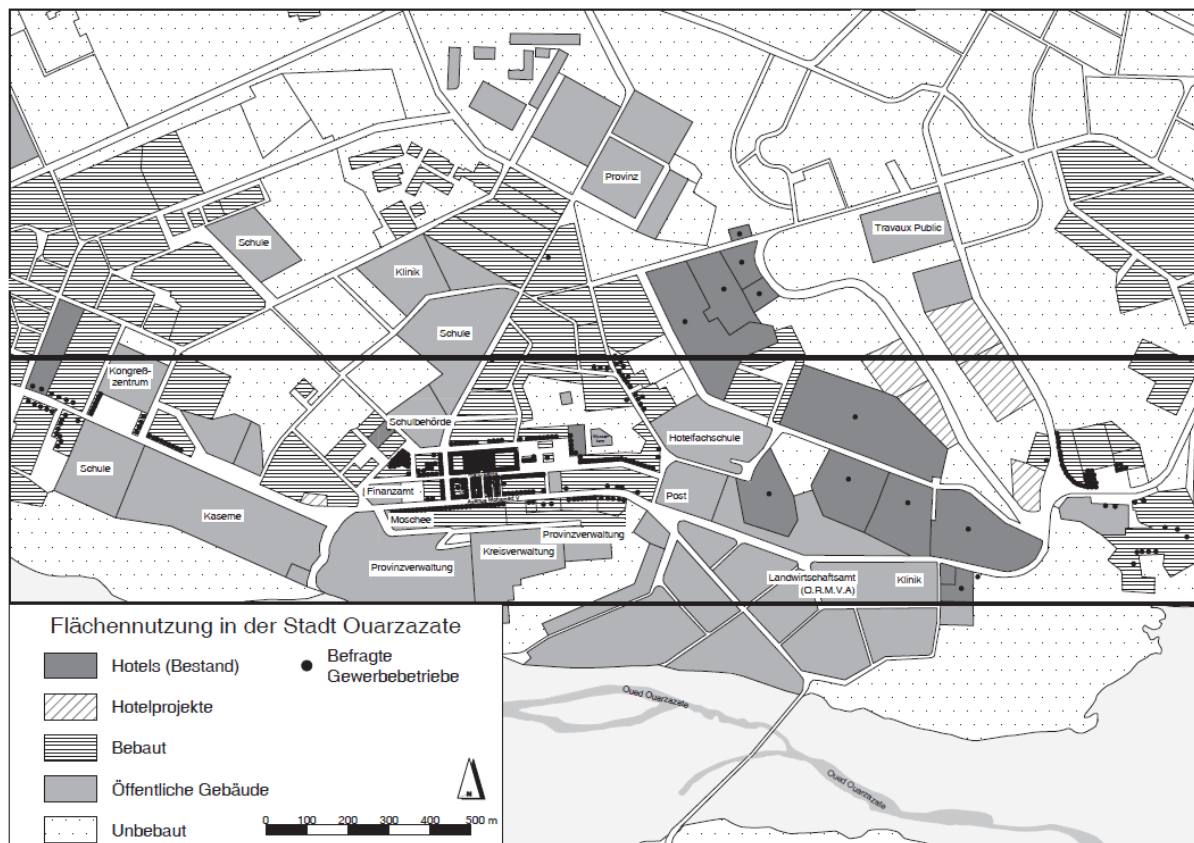


Abbildung 1 : Flächennutzung in der Stadt Quarzazate

Die gleiche Befragung wurde im September in Tabarka durchgeführt, wobei aufgrund der geringeren Größe des Ortes eine Vollerhebung der 385 Gewerbebetriebe durchgeführt werden konnte. Aufbauend auf der Befragung in den beiden Hauptorten wurden die Gewerbetreibenden in der Region aufgesucht, die in den Hauptorten als Produzenten (z.B. von kunstgewerblichen Gegenständen) oder Zulieferer für den Tourismussektor genannt worden sind.

Ergänzend zu der quantitativ ausgerichteten Dokumentation und Befragung der Gewerbetreibenden wurden mit Schlüsselpersonen der lokalen und regionalen Verwaltung vertiefende explorative Gespräche über den Verlauf der touristischen Erschließung und die augenblickliche Lage des Sektors sowie vertiefende Interviews mit wichtigen privatwirtschaftlichen Akteuren in der Region geführt.

Nur die gemeinsame Berücksichtigung individuell wirksamer Handlungsparameter zusammen mit den gesamtgesellschaftlichen Handlungsrahmenbedingungen erlaubt, das Agieren der wirtschaftlich Tätigen nachzuvollziehen. Aus diesem Grund setzt die Untersuchung auf verschiedenen Ebenen mit unterschiedlichen Erhebungsinstrumenten an:

**1) Erfassung der staatlichen Rahmenbedingungen für privatwirtschaftliches Handeln im Tourismussektor:**

- Staatliche Vorleistungen in die (Versorgungs-) Infrastruktur
- Staatlich gesteuerte Verkehrsanbindung der Beispielgebiete
- Vergabe monetärer Investitionsanreize
- nichtmonetäre Unterstützung privatwirtschaftlicher Investitionsabsichten

**2) Bestandsaufnahme und quantitativ ausgerichtete Befragung der Gewerbetreibenden zur Ermittlung der Handlungsstrategien und -restriktionen**

- Kartographische Erfassung und Branchenzuordnung
- Erhebung von Strukturmerkmalen der Betriebe (Gründungszeitpunkt, Eigentumsverhältnisse, investiertes Kapital, Beschäftigte) und Betriebsinhaber (Alter, Bildungsniveau, frühere Tätigkeiten, Migrationsstatus, etc.)
- Ermittlung der Kundenstruktur (direkte und/oder indirekten Tourismusbeteiligung)
- Ermittlung der Zulieferbeziehungen zur Identifizierung regionalwirtschaftlicher Verflechtungen
- Subjektive Einschätzung der Geschäftsentwicklung

**3) Vertiefende Behandlung ausgewählter inhibierender oder stimulierender Handlungsrahmenbedingungen**

- Rolle extraregionaler nationaler und internationaler Investoren im Verhältnis zu den lokalen Investoren
- Defizite bei der Planung der touristischen Erschließung
- Probleme der Erschließung der touristischen Potentiale
- Stellung der Beispielregionen innerhalb des nationalen Tourismusangebotes.

**3) Wirtschaftliche Impulse durch die touristische Erschließung in Ouarzazate**

In Ouarzazate erfolgte seit dem Start des Projektes zwar eine erhebliche Ausweitung der Beherbergungskapazitäten auf inzwischen 3.300 Betten. Allerdings sind deutliche Defizite bei der Auslastung der Hotels festzustellen, d.h. die Nachfrageentwicklung ist weit hinter dem Kapazitätsausbau zurückgeblieben. Als Ursachen hierfür können im wesentlichen drei Faktoren identifiziert werden:

- 1) Die verstärkte Erschließung Südmarokkos fällt in eine Zeit, in der staatlicherseits eine skeptische Haltung gegenüber westlichen ausländischen Direktinvestitionen bestand. Wie in den meisten Peripherregionen ist in Südmarokko keine hohe Investitionskraft vorhanden, so daß das Beherbergungswesen im wesentlichen mit inländischem aber extraregionalem Kapital ausgebaut worden ist. Während international operierende Hotelketten und Tourismusunternehmen die Vermarktung ihrer Anlagen zum großen Teil selbst vornehmen und damit ein Mindestmaß an Auslastung garantieren, verfügen inländische Promotoren nur über einen begrenzten Zugang zu den europäischen Märkten. Die erfolgreicherer Hotels suchen seit ein bis zwei Jahren – ähnlich wie im tunesischen Fallbeispiel Tabarka – die Nähe bzw. Beteiligung von international operierenden Reiseunternehmen, wobei die ersten Resultate für diese Strategie sprechen.

Auch wenn in der Diskussion über den Fernreisetourismus die Rolle von internationalen Ketten aufgrund des von diesen praktizierten Gewinnabflusses zumeist negativ gesehen wird, zeigt das hier vorgestellte Fallbeispiel, daß ihnen eine wichtige Rolle für die Aufschließung neuer Tourismusregionen zukommen kann.

- 2) Abgesehen von den in den Hotels angebotenen Animationsmöglichkeiten bietet die Stadt Ouarzazate selbst nur wenige Potentiale für Urlaubsaktivitäten. Für die Gestaltung der Aufenthalte waren im Zuge der vorbereitenden Planung vor allem Ausflüge in die Gebirgsregionen des Hohen Atlas, zu den Berbersiedlungen entlang der Straße der Kasbahs und in den saharischen Wüstenbereich vorgesehen. Zur weiteren Erschließung dieser Potentiale, die über das bereits für den klassischen Rundreisetourismus erreichbare Angebot hinausgeht, sind in den letzten Jahren von staatlicher Seite nur einzelne kleinere, nicht ausreichende Erschließungsmaßnahmen durchgeführt worden.

Festzuhalten ist damit, daß es – anders als beim Badetourismus – bei der Erschließung inländischer Reiseziele nicht ausreichend ist, nur die Basisinfrastruktur für die Hotelkapazitäten vorzuhalten. Dieses Defizit wird teilweise auch von den örtlichen Behörden gesehen und deswegen im Frühjahr 1997 der Versuch unternommen, über die Gründung einer in *Public-private-partnership* organisierten Initiative hier Abhilfe zu schaffen. Als große Restriktion stellte sich dabei heraus, daß die regionsexternen nationalen Investoren nur begrenzt Bereitschaft zu einem Engagement zeigten.

- 3) Die in den letzten Jahren gebauten Hotels sind zum überwiegenden Teil 4- und 5-Sterne Hotels der Luxuskategorie und zielen auf eine komfortorientierte ausländische Klientel ab. Für die sich in den letzten Jahren in der Region verstärkt entwickelnden Formen des Abenteuer- und Erlebnistourismus sind diese Beherbergungseinrichtungen nur begrenzt geeignet. Neben dem Trecking-Tourismus im Hohen Atlas ist in der Region in den letzten Jahren eine stark wachsende Nachfrage nach unterschiedlichen Formen des Wüstentourismus zu verzeichnen. In den letzten Jahren sind in der Region – zumeist von lokalen Investoren – eine Reihe einfacherer Hotels entstanden, die genau dieses Segment abdecken. Ein Teil der Hotelanlagen in Ouarzazate ist damit sicherlich an den Marktbedürfnissen vorbeigeplant worden. Damit ist festzuhalten, daß den marokkanischen Behörden und den beauftragten Consulting-Unternehmen bei der Einschätzung der potentiellen touristischen Nachfragerstruktur für die Region Ouarzazate gravierende Mängel unterlaufen sind.

Aufgrund der insgesamt suboptimalen Entwicklung der touristischen Nachfrage fallen auch die regionalwirtschaftlichen Effekte, auf die im folgenden vor allem mit dem Blickwinkel auf die Beschäftigungseffekte eingegangen wird, insgesamt gesehen eher gering aus.

Im Rahmen der Befragungen wurde erhoben, wie groß nach Aussage der Betriebsinhaber der Anteil der Touristen an den Kunden ist. Dabei wurden nur in einem knappen Drittel der Fälle Touristenanteile von mehr als 5 % genannt (vgl. Abb. 2). Neben den auch physiognomisch eindeutig als tourismusorientiert einzustufenden Souvenirläden, den Hotels, sowie den übrigen entsprechenden Dienstleistungseinrichtungen, wie Reiseagenturen oder Mietwagenverleih wurde nur in wenigen Fällen ein merklicher Touristenkundenanteil genannt. So wurde von 51 befragten Cafés und Restaurants nur in einem Drittel der Fälle ein Touristenanteil von mehr als 5 % angegeben. Allerdings ist hinzuzufügen, daß es sich bei den übrigen zum großen Teil nur um äußerst einfache Cafés oder Garküchen handelt, die von europäischen Touristen auch wirklich nur in äußerst seltenen Fällen aufgesucht werden. Mehr als zwei Drittel der Betriebe gaben allerdings an, daß sie entweder gar nicht oder nur von äußerst wenig Touristen frequentiert werden. Die positiven direkten wirtschaftlichen Auswirkungen der touristischen Orientierung beschränken sich damit nur auf ein äußerst schmales Spektrum von Branchen, während der Großteil der übrigen Betriebe kaum profitiert.

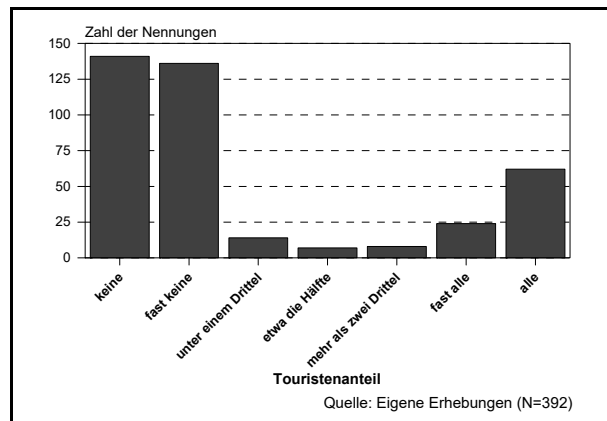


Abbildung 2 Anteile von Touristen als Kunden in den befragten Gewerbebetrieben in Ouarzazate

Aber auch die auf den Tourismus ausgerichteten Gewerbebetriebe sind ganz unterschiedlich involviert. Der größte Teil der Touristen in Ouarzazate kommt organisiert in Gruppen in die Stadt. Größere Zahlen von Individualreisenden stellen lediglich jüngere (Rucksack-) Touristen und französischsprachige Reisende. Die organisiert Reisenden werden über ein enges Geflecht von Beziehungen gezielt nur zu wenigen, meist größeren Touristenbazaren und Restaurants regionsexterner Besitzer geführt, die einen großen Teil ihres Umsatzes mit Gruppen tätigen.

Diese Situation spiegelt sich in den Befragungsergebnissen deutlich wider. Während die Mehrheit der Befragten angab, (fast) ausschließlich von den wenigen und oftmals auch nicht so kaufkraftstarken Individualreisenden frequentiert zu werden, ist es nur eine geringe Zahl von Betrieben, die von den Gruppenreisenden profitiert (vgl. Abb. 3). Die Höhe der dabei im Umlauf befindlichen Prämien machen es den den kleineren Betrieben unmöglich, in das Geschäft mit den Gruppen einzusteigen. Begünstigt wird die Monopolisierung des Marktes der Gruppenreisenden auch durch die städtebauliche Konzeption der Hotelzone. Die isolierte Lage und die monofunktionale Gestaltung schaffen zusammen mit der topographischen Situation eine Barriere, über die die Touristen nur selten in das eigentliche Stadtzentrum gelangen.

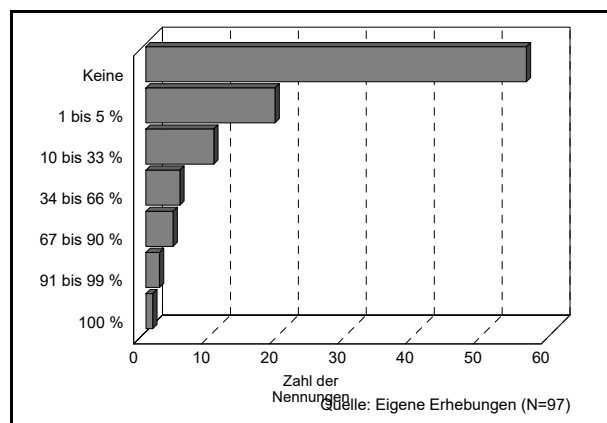


Abbildung 3 Anteile von Gruppen an den Tourismuskunden

Auch wenn es in Ouarzazate bereits vor dem staatlich propagierten Ausbau der Beherbergungskapazität einige private touristisch ausgerichtete Gewerbebetriebe gab, die dort aufgrund des bereits früher vorhandenen Rundreiseturismus tätig waren, zeigt die Darstellung der Eröffnungszeitpunkte in Abbildung 4 deutlich, daß der Großteil der auf den Tourismus ausgerichteten Betriebe seit Mitte der 80er Jahre entstanden ist, während von den nicht auf den Tourismus ausgerichteten Betrieben viele bereits sehr viel länger bestehen.

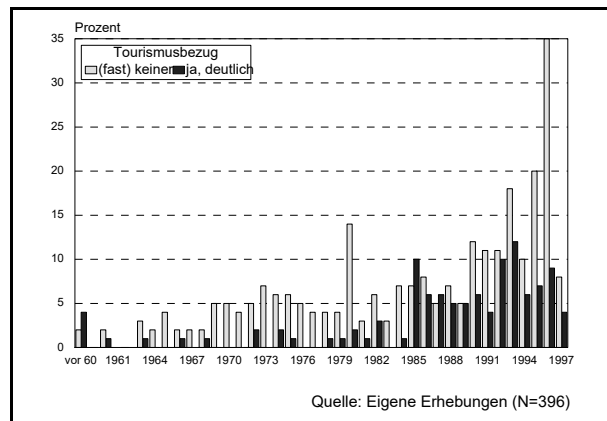


Abbildung 4 Geschäftseröffnung nach Tourismusbezug in der Stadt Ouarzazate

Um die direkte Beschäftigungswirkung des Tourismus in Ouarzazate zu ermitteln, wurden die genannten Kundenanteile von Touristen auf die Beschäftigten in den einzelnen Betrieben umgelegt. Als direkte Beschäftigungswirkung wurde z.B. in einem Betrieb mit 2 Beschäftigten und einem genannten Touristenanteil von 50 % ein Arbeitsplatz angenommen. Das Ergebnis dieser Hochrechnung ist in Abbildung 5 dargestellt. Insgesamt ergeben sich rein rechnerisch knapp 1.400 Arbeitsplätze, die durch den Tourismus entstanden sind. Erwähnenswert ist vielleicht auch, daß darunter nur 73 Saisonkräfte sind. Damit ist größenordnungsmäßig jeder siebte Arbeitsplatz in der Stadt direkt tourismusbedingt.

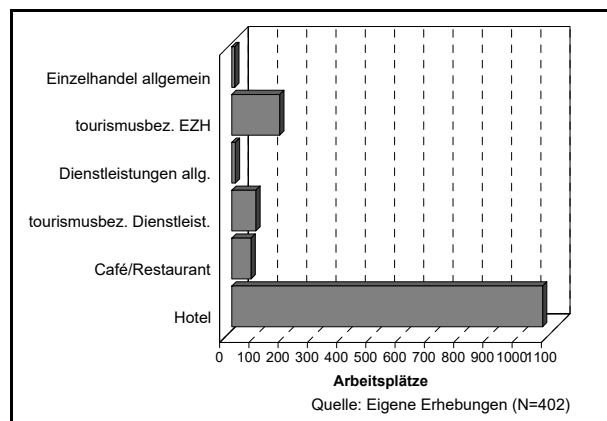


Abbildung 5 Rechnerische ermittelte direkte Beschäftigungswirkung des Tourismus in Ouarzazate nach Gewerbetypen

Allerdings ist mit knapp 1.100 der allergrößte Teil der direkt tourismusbedingten Arbeitsplätze im Beherbergungswesen entstanden. Weitere 250 Arbeitsplätze wurden in den fast ausschließlich tourismusbezogenen Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen ermittelt, während der Arbeitsplatzeffekt bei den übrigen Gewerbebetrieben äußerst gering ausfällt.

Wie in vielen anderen Tourismusstandorten ist ein merklicher Anteil der in den Hotels Beschäftigten von außerhalb der Region zugewandert, so daß der Arbeitsplatzeffekt nicht voll der Regionsbevölkerung zu gute kommt. Immerhin zwei Drittel der Hotelangestellten stammen allerdings aus der Region. Die Tatsache, daß die Hotelfachschule in Ouarzazate seit nunmehr fast 15 Jahren besteht, macht sich inzwischen dadurch bemerkbar, daß nicht nur einfache Hilfskräfte aus der Region beschäftigt werden, sondern bereits eine Reihe von mittleren Chargen aus der näheren Umgebung stammt.

Der Anteil von aus der Region stammenden Betriebsinhabern ist demgegenüber deutlich niedriger. Während von den Inhabern ohne merklichen Tourismusbezug gut zwei Drittel aus der Region stammen, sind es bei den auf den Tourismus ausgerichteten Betrieben nur knapp die Hälfte. Die Mehrzahl der von außerhalb der Region stammenden Gewerbetreibenden kommt dabei aus der Region Marrakesch und Agadir, d.h. den Nachbarregionen in denen zum einen die touristische Funktion bereits eine längere Tradition besitzt und in der zum anderen eine größere

Schicht von mittelständischen Unternehmern vorhanden ist, die das entsprechende Startkapital aufweist. Zum Teil sind die Betriebe in Ouarzazate auch nur Filialen von größeren Unternehmen mit Hauptsitz in Marrakesch und Agadir.

Zusammenfassend ist für das Fallbeispiel Ouarzazate festzuhalten, daß durch die touristische Erschließung in dieser Peripherregion insgesamt gesehen ein merklicher wirtschaftlicher Impuls gesetzt werden konnte. Im Vergleich zu einem als Wachstumspol geschaffenen Stahlwerk sind allerdings bei der touristischen Erschließung die Zugangsschwellen für regionale Kleingewerbetreibende hinsichtlich Kapitalausstattung und notwendigen Kenntnissen oder Fertigkeiten deutlich niedriger anzusetzen. Der mit der touristischen Erschließung verbundene Arbeitskräftebedarf kann demgegenüber zum größten Teil aus der Region gedeckt werden. Aufgrund von Defiziten bei der Planung und Gestaltung dieses neuen touristischen Projekts bleibt die Nachfrage allerdings deutlich hinter dem möglichen Umfang zurück. Die interne Organisation des Tourismusmarktes führt darüber hinaus dazu, daß sich im wesentlichen regionsexterne Investoren die „Rosinen“ sichern, so daß für einen Großteil der kleineren Gewerbetreibenden nur die „Brosamen“ abfallen.

#### **4. Wirtschaftliche Impulse durch die touristische Erschließung in Tabarka**

Im Gegensatz zu Ouarzazate ist das zweite Projektgebiet Tabarka in Tunesien primär als Badetourismusstandort anzusprechen. Vergleichbar den bereits früher ausgebauten Standorten sollte im wirtschaftlich kaum entwickelten äußersten Nordwesten des Landes ein neuer Tourismuspol geschaffen werden. Entsprechend dem bereits in *Port-el-Kantaoui* verwirklichten Prinzip wurde die Hotelzone in räumlichem Abstand zum Ort Tabarka selbst ausgewiesen und von einer privaten Entwicklungsgesellschaft zentral erschlossen und vermarktet. Die staatlichen Vorleistungen bestanden in der Errichtung eines Flughafens, dem Bau einer Kläranlage und der (noch laufenden) Verbesserung der Straßenanbindung in die Region.

In Tabarka wurden seit Beginn der 90er Jahre knapp 2.000 Hotelbetten geschaffen. Mit Ausnahme von zwei kleineren Hotels (zusammen 90 Betten) handelt es sich ausschließlich um größere Einheiten (zwischen 300 und 400 Betten) in der Hotelzone außerhalb des Ortskerns. Im Unterschied zu Ouarzazate sind bei den vertretenen Hotelketten z.T. ausländische Gesellschaften beteiligt, bzw. haben die Hotelführung übernommen. Neben der Schaffung der klassischen Hotelinfrastruktur soll ein erheblicher Teil des in der ersten Ausbauphase geplanten Gesamtangebots von 10.000 Betten in Form von Ferienwohnungen und Ferienhäusern geschaffen werden. So wurde der unmittelbar an den Ortskern anschließende ehemalige Fischerhafen in einen Yachthafen umgewandelt und an der Hafentfront mehrere Ferienwohnungsanlagen mit zusammen knapp 300 Apartements, d.h. etwa 1.000 Betten geschaffen.

Allerdings wurden von den Investoren Hotelanlagen erstellt, deren Standard sich kaum von dem der anderen tunesischen Destinationen unterscheidet, d.h. das Schwergewicht des Angebotes liegt bei Mittelklassehotels den 3-Sterne-Hotels und den vom Niveau her damit vergleichbaren Ferienclubs (wiederum als *V.V.T.* bezeichnet). Damit werden die Hotels aber auch für eine Zielgruppe erschwinglich, an die bei der ursprünglichen Konzeption kaum gedacht worden ist: die tunesische Mittelschicht. So entfielen im Jahr 1996 mehr als ein Drittel der Hotelübernachtungen in Tabarka auf Tunesier. Auch bei den Feriensiedlungen stellen nicht, wie ursprünglich beabsichtigt, extrem kaufkraftstarke ausländische Nachfrager die Mehrheit. Vielmehr wird ein großer Teil der Ferienwohnungen von tunesischen Emigranten als Urlaubsstandort erworben.



Aufgrund der klimatischen Bedingungen in Nordtunesien ist allerdings – im Gegensatz z.B. zur Insel Djerba – kein ganzjähriger Badetourismus möglich. Damit ergibt sich im Mittel nur eine durchschnittliche Auslastung von etwas über 30 %, die deutlich niedriger liegt als der gesamt-tunesischen Mittelwert von 48 %. Das Ziel, durch zusätzliche Angebote (Golf, Jagd) eine bessere Verteilung der Nachfrage über das ganze Jahr zu erreichen, ist nur ansatzweise erreicht worden.

Allerdings unterscheidet sich die Auslastung der beiden Hotels die 1996 von ausländischen Reiseunternehmen geführt worden sind, deutlich von der der übrigen Hotels, da die Reiseunternehmen auch in der Nebensaison den Standort verstärkt und teilweise unter Wert zu vermarkten versuchen. Ähnlich wie am Standort Ouarzazate ist es bislang nicht gelungen, ein Ergänzungsprogramm so weit aufzubauen, daß der Standort insgesamt auch außerhalb der Badesaison zufriedenstellende Auslastungsquoten aufweist.

Analog zum Vorgehen in Ouarzazate bezog sich eine der Fragen auf den Anteil an Touristen am Gesamtkundenaufkommen des jeweiligen Geschäftes. Ähnlich wie im marokkanischen Fallbeispiel sind auch in Tabarka eine große Zahl von Geschäften nicht direkt in die touristische Erschließung involviert (vgl. Abb. 6). In etwa der Hälfte der Fälle wurde angegeben, daß das Geschäft nicht oder nur äußerst selten von Touristen frequentiert wird. Allerdings ist der Anteil der Geschäfte, in denen Touristen zwar nicht den Hauptanteil der Kunden ausmachen, aber doch einen merklichen Anteil an der Klientel aufweisen, deutlich höher als in Ouarzazate, d.h. der tourismusbedingte Effekt streut in Tabarka deutlich stärker als in Ouarzazate. Dies ist allerdings weniger auf den internationalen Tourismus sondern im wesentlichen auf den Binnentourismus zurückzuführen. So profitieren z.B. Lebensmittelgeschäfte oder einfache Dienstleistungen wie z.B. Friseurgeschäfte oder Schneider vor allem von den nationalen Touristen.

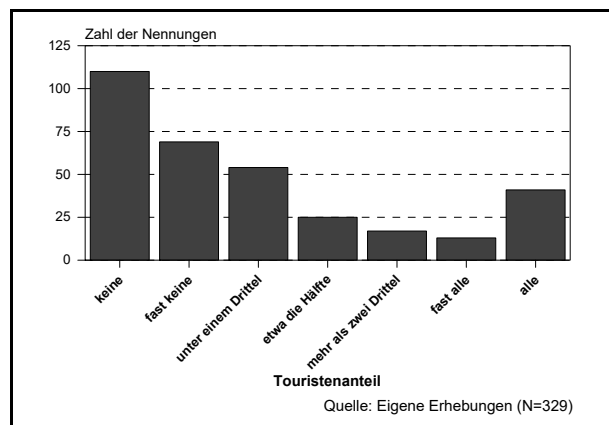


Abbildung 6 Anteile von Touristen als Kunden in den befragten Gewerbebetrieben in Tabarka

Trotz der Tatsache, daß in Tabarka ein etwas größerer Anteil der Gewerbetreibenden am touristischen Marktsegment partizipiert, ist auch in Tabarka die überwiegende Mehrzahl der 1.139 rechnerisch ermittelten tourismusbedingten Arbeitsplätze direkt in den Hotels geschaffen worden (vgl. Abb. 7). Die Beschäftigungseffekte im paratouristischen Bereich bewegen sich ebenfalls in einer mit Ouarzazate vergleichbaren Größenordnung. Da die tourismusbedingten Effekte etwas stärker streuen, sind damit auch in den Einzelhandels- und Dienstleistungsbranchen, die nicht ausschließlich auf Touristen ausgerichtet sind, etwas größere Beschäftigungswirkungen festzustellen.

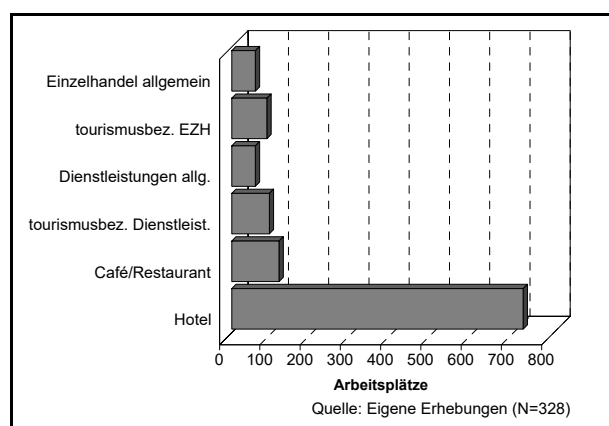


Abbildung 7 Rechnerisch ermittelte direkte Beschäftigungswirkung des Tourismus in Tabarka nach Gewerbetypen

## 5. Zusammenfassung

Auch wenn für diesen Zwischenbericht nur einige ausgewählte Aspekte aufbereitet wurden, lassen sich doch eine Reihe von Punkten festhalten.

Es erscheint prinzipiell möglich, durch touristische Projekte ökonomische Impulse in Peripherregionen zu setzen. Zwar ist die Entwicklung regionalwirtschaftlicher Verflechtungen dort prinzipiell problematisch, da die benötigten Faktoren (Kapital, Produktionskapazitäten, Know-How) innerhalb der Region häufig nur in begrenztem Umfang vorhanden und mobilisierbar sind. Allerdings sind Tourismusprojekte in Peripherregionen keine Selbstläufer, sondern setzen zum einen voraus, daß entsprechende komparative Attraktivitätsvorteile vorhanden sind. Zum anderen stellen Konzeption und Durchführung von touristischen Erschließungsprojekten hohe Anforderungen an die koordinierenden Institutionen, wobei eine prinzipielle Ambivalenz besteht zwischen der Notwendigkeit zu stimulierenden und regulierenden oder kompensierenden Interventionselementen. Bei den vorgestellten Projekten konnten eine Reihe von Aspekten identifiziert werden, welche die Wirksamkeit der touristischen Inwertsetzung als Mittel zur Regionalentwicklung reduzieren:

- 1) **Fehleinschätzung der internationalen Nachfrage:** In beiden Projekten wurden die Feasability-Studies nur sehr oberflächlich durchgeführt. Aus diesem Grund war in beiden Fällen eine Fehleinschätzung des ausländischen Nachfragepotentials erfolgt. Während dieses Defizit in Tabarka durch eine andere als die ursprünglich intendierte Klientel kompensiert wird, gelang dies in Ouarzazate nicht.
- 2) **Vernachlässigung der Binnennachfrage:** Da der Ausbau des Tourismus in Marokko und Tunesien auch durch die damit zu erzielenden Deviseneinnahmen motiviert ist, wurde es in beiden Projekten versäumt, die unter regionalwirtschaftlichen Gesichtspunkten gleichrangige inländische Nachfrage entsprechend zu berücksichtigen und die Konzepte auch darauf abzustellen. Während im Fall von Tabarka das Angebot ohne größere Probleme auch von tunesischen Klienten nachgefragt wird, ist es in Ouarzazate angesichts des Ausbaustandards der Hotels nur sehr begrenzt möglich, den Binnentourismus nachträglich anzusprechen.
- 3) **Schwache Einbindung ausländischer Investoren:** Trotz der mit dem Engagement von internationalen Hotelketten und Tour Operators verbundenen Problematik der Gewinnabschöpfung kommt ihrer Beteiligung v.a. in der Initialphase bis zum Take-Off eine positive Rolle zu, die zum einen durch deren Marktzugangsmöglichkeiten bedingt ist. Zum anderen können von einem internationalem privatwirtschaftlichen Engagement auch positive Signalwirkungen ausgehen.
- 4) **Kaum Förderung regionaler Investitionspotentiale:** Die Förderung extraregionaler Investitionen steht allerdings in einem Spannungsverhältnis zur Einbeziehung regionaler privatwirtschaftlicher Initiativen. Die Balance zwischen der Einwerbung extraregionaler Investitionen einerseits und einer Stimulierung des regionalen Engagements ist für einen privaten Developer wie er in Tabarka tätig ist, nur schwer zu finden, da dieser im wesentlichen am betriebswirtschaftlichen Gesamterfolg des Projektes interessiert ist.

Die Aufarbeitung und Auswertung der in diesem Zwischenbericht noch nicht berücksichtigten Materialien ist für die nächsten Monate vorgesehen, so daß das Projekt termingerecht zwei Jahre nach Genehmigung mit dem Abschlußbericht beendet wird.

Kurzfassung des Zwischenberichtes für das Projektjahr 1997 für  
FORAREA Projekt B9:

**Touristische Großprojekte und Regionalentwicklung. Evaluierung des Beitrags von  
Tourismusprojekten zur ökonomischen Aufwertung peripherer Regionen im Maghreb.**

*Dr. Andreas Kagermeier (TU München)*

Mit dem Projekt werden die Auswirkungen von staatlich initiierten Tourismusprojekten auf die wirtschaftliche Entwicklung von Peripherregionen anhand von zwei Fallbeispielen im Maghreb untersucht. Innerhalb des Projektbereichs B: „*Wirkungen des Tourismus in den Zielländern in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht*“ liegt der Schwerpunkt dieses Teilprojektes eindeutig bei den ökonomischen Auswirkungen. Damit stehen von den im internationalen Tourismus involvierten Akteurguppen stehen die Unternehmer und Arbeitnehmer in den Zielländern im Mittelpunkt. Da deren Handlungsrahmenbedingungen in starkem Maß von den Tourismusunternehmen in Europa und vom staatlichen Maßnahmen beeinflusst werden, sind diese beiden Faktoren ebenfalls berücksichtigt worden.

Bei zwei Geländeaufenthalten wurden zum einen die konkreten direkt und indirekt mit dem Tourismus in Beziehung stehenden privatwirtschaftlichen Investitionen erfaßt, die als Reaktion auf die mit der staatlichen Vorgabe von touristischen Großprojekten veränderten Rahmenbedingungen erfolgt sind. Zum anderen wurden Restriktionen identifiziert, die die volle Wirksamkeit regionalwirtschaftlicher Effekte reduzieren. Aufbauend auf diesen beiden Bausteinen werden für den Abschlußbericht Vorschläge zur Reduzierung inhibierender Faktoren vorgelegt.

Das Projekt ist dabei sowohl sektoral als auch regional mit anderen Projekten vernetzt:

- Am Standort Tabarka sind mehrere Projekte angesiedelt, die andere Facetten der Wirkungen von touristischer Erschließung aufgearbeitet haben (B6: Kulturüberprägung; B7: Mensch-Umwelt-Beziehungen; B11: Interkulturelle Interaktionsmuster), d.h. für diesen Standort wurde entsprechend den Zielsetzungen von FORAREA interdisziplinär unterschiedliche Folgen wirtschaftlichen Handelns in zwischenkulturellen Kontexten bearbeitet. Die Vernetzung umfaßte dabei nicht nur formale und funktionale Aspekte (gemeinsame Forschungsgenehmigung, Austausch von Quellenmaterial, gemeinsame Nutzung von Projektressourcen). Da alle Projektbeteiligten sich im September im Untersuchungsgebiet aufhielten, waren bis in diese Phase wechselseitige Impulse und Abstimmungen möglich, so daß die jeweiligen sektoral erarbeiteten Zwischenergebnisse vor der Folie der anderen Projektergebnisse gespiegelt werden konnten. Die Möglichkeit eines kontinuierlichen Austausches während des Geländeaufenthaltes wurde teilweise dazu genutzt, die eigenen provisorischen Eindrücke und Ergebnisse zu überprüfen oder zu bestätigen, wodurch die Qualität der eigenen Ergebnisse positiv beeinflusst wurde.
- Im Rahmen von Projekt B12: Tourismus in ländlichen Regionen Südmarokkos wurden in einem Teilprojekt auch die ökonomischen Auswirkungen der touristischen Erschließung in der Nachbarregion von Ouarzazate bearbeitet. Auch mit diesem Projekt erfolgte eine enge Zusammenarbeit bei der Konzeption der Erhebungsschritte.

Die erfolgte Zusammenarbeit eröffnet zum einen die Möglichkeit, bei einer Formulierung von Entscheidungshilfen für potentielle Investoren alle relevanten Aspekte zu berücksichtigen und damit die Entscheidungssicherheit zu erhöhen. Zum anderen erlaubt die Zusammenschau von zwei unterschiedlichen Fallbeispielen aus dem prä-saharischen Raum Südmarokkos einen höheren Grad der Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse über den engen Rahmen des eigenen Fallbeispiels hinaus.

## **Projekt B 9**

# **Touristische Großprojekte und Regionalentwicklung. Evaluierung des Beitrags von Tourismusprojekten zur ökonomischen Aufwertung peripherer Regionen im Maghreb**

*Dr. Andreas Kagermeier*

**Technische Universität München**

**Bericht 1998**

# 1. Fragestellung

Im Rahmen des Projektbereiches „Wirtschaftliches und soziales Handeln im Tourismusbereich des Maghreb“ lag der Fokus in diesem Teilprojekt auf dem wirtschaftlichen Handeln von Unternehmern in neu erschlossenen Zielgebieten des internationalen Tourismus. Vor dem Hintergrund der staatlichen Maßnahmen zur Erschließung von Peripherregionen für den Tourismus wurde der Frage nachgegangen, in welchem Maß dadurch ökonomische Impulse in zwei Peripherregionen des Maghreb ausgelöst wurden.

Als Fallbeispiele wurden je eine marokkanische und eine tunesische Region gewählt, in denen die touristische Erschließung von staatlicher Seite explizit unter dem Aspekt der räumlichen Dezentralisierung touristischer Erschließung und der wirtschaftlichen Entwicklung von Peripherregionen begonnen worden ist. Die beiden Länder bieten hierfür relativ günstige Bedingungen, da – im Gegensatz z.B. zu karibischen Inselstaaten – aufgrund der vorhandenen diversifizierten Gewerbe- und Industriestruktur ein erheblicher Teil der aus dem Tourismus resultierenden Kapitalzuflüsse im Land verbleibt und damit für eine wirtschaftliche Entwicklung wirksam werden kann.

In Tunesien wurde neben dem Ausbau des Wüstentourismus im Raum Touzeur mit dem neuen Tourismus-Großprojekt *Tabarka* im Nordwesten des Landes versucht, einen Komplex zu entwickeln, der von der Dimension mit den bisher vorhandenen touristischen Badetourismusschwerpunkten vergleichbar ist. Im Rahmen der Diversifizierung des tunesischen Tourismusangebotes sollten mit Tabarka gleichzeitig neue Zielgruppen angesprochen werden, wobei vor allem intendiert war, sich vom Klischee des preiswerten tunesischen Massentourismus abzusetzen und ein hochwertiges Nachfragesegment anzusprechen. Zur Saisonverlängerung war vorgesehen, neben dem Badetourismus andere Formen wie Golf-, Jagd- und Wandertourismus auszubauen.

In Marokko betrifft der unter regionalentwicklungspolitischen Gesichtspunkten betriebene Ausbau des Tourismus vor allem den prä-saharischen Süden des Landes, wobei die Region *Ouarzazate* den zentralen Teil der zu entwickelnden Tourismusregion darstellt. Zum großen Teil handelt es sich darum, die bereits vorhandenen Standorte des Rundreisetourismus zu Destinationen mit einer eigenständigen Anziehungskraft zu entwickeln.

Anhand der als Beispielprojekte gewählten Standorte Ouarzazate und Tabarka soll der Frage nachgegangen werden, in welchem Umfang etwa 10 Jahre nach dem Start der jeweiligen Tourismusprojekte privatwirtschaftliche Aktivitäten den durch die touristische Inwertsetzung vermittelten Impuls aufgenommen haben. Hierzu wurde

- 1) überprüft, in welchem Umfang die lokalen wirtschaftlichen Aktivitäten einen direkten Bezug zum Tourismus aufweisen,
- 2) der Umfang der direkten Arbeitsmarkteffekte abgeschätzt sowie
- 3) der Grad der Einbindung lokaler und regionaler Akteure im touristischen und paratouristischen Bereich analysiert. Ergänzend sind auch auch
- 4) die Auswirkungen in vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen behandelt worden.

Von staatlicher Seite wurde in beiden Fällen neben der Vorgabe von mengenmäßigen Ausbauzielen für die Beherbergungsinfrastruktur das Sekundärziel der wirtschaftlichen Entwicklung von Peripherregionen weder quantitativ noch qualitativ genauer operationalisiert. Für eine *ex-post*-Wirkungsanalyse sind damit keine vorgegebenen Parameter vorhanden, anhand derer sich ein Zielerreichungsgrad für festgestellte direkte oder indirekte wirtschaftliche Wirkungen festmachen lassen würde.

## 2. Methode

Zur Beantwortung der zentralen Frage, welche ökonomischen Auswirkungen sich 10 Jahre nach dem Start der beiden touristischen Großprojekte in Marokko und Tunesien in der Region feststellen lassen, konnte nur in ganz begrenztem Umfang auf vorhandene sekundärstatistische Quellen zurückgegriffen werden, so dass im wesentlichen Primärerhebungen notwendig waren.

Nur die gemeinsame Berücksichtigung individuell wirksamer Handlungsparameter zusammen mit den gesamtstaatlichen Handlungsrahmenbedingungen erlaubt, das Agieren der wirtschaftlich Tätigen nachzuvollziehen. Aus diesem Grund setzt die Untersuchung auf verschiedenen Ebenen mit unterschiedlichen Erhebungsinstrumenten an:

### 1) Erfassung der staatlichen Rahmenbedingungen für privatwirtschaftliches Handeln im Tourismussektor:

- Staatliche Vorleistungen in die (Versorgungs-) Infrastruktur
- Staatlich gesteuerte Verkehrsanbindung der Beispielgebiete
- Vergabe monetärer Investitionsanreize
- nichtmonetäre Unterstützung privatwirtschaftlicher Investitionsabsichten

### 2) Bestandsaufnahme und quantitativ ausgerichtete Befragung der Gewerbetreibenden zur Ermittlung der Handlungsstrategien und -restriktionen

- Kartographische Erfassung und Branchenzuordnung
- Erhebung von Strukturmerkmalen der Betriebe (Gründungszeitpunkt, Eigentumsverhältnisse, investiertes Kapital, Beschäftigte) und Betriebsinhaber (Alter, Bildungsniveau, frühere Tätigkeiten, Migrationsstatus, etc.)
- Ermittlung der Kundenstruktur (direkte und/oder indirekten Tourismusbeteiligung)
- Ermittlung der Zulieferbeziehungen zur Identifizierung regionalwirtschaftlicher Verflechtungen
- Subjektive Einschätzung der Geschäftsentwicklung

### 3) Vertiefende Behandlung ausgewählter inhibierender oder stimulierender Handlungsrahmenbedingungen

- Rolle extraregionaler nationaler und internationaler Investoren im Verhältnis zu den lokalen Investoren
- Defizite bei der Planung der touristischen Erschließung
- Probleme der Erschließung der touristischen Potentiale
- Stellung der Beispielregionen innerhalb des nationalen Tourismusangebotes.

Den umfangreichsten methodischen Baustein stellten dabei standardisierte Interviews mit den Gewerbetreibenden in den beiden Beispielregionen dar. In Ouarzazate sind zum einen flächendeckend alle Betriebe im Innenstadtbereich erfaßt worden. Im übrigen Stadtgebiet wurden selektiv nur noch die Betriebe einbezogen, bei denen ein Bezug zu den touristischen Aktivitäten zu vermuten war. Während die auf den Tourismus (auch nur teilweise) ausgerichteten Betriebe damit vollständig erfaßt wurden, sind die der Quartiersversorgung dienenden Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen in den Wohngebieten deutlich unterrepräsentiert. Insgesamt sind standardisierte Interviews mit den Inhabern von 413 Gewerbebetrieben durchgeführt worden.

In Tabarka konnte aufgrund der geringeren Größe des Ortes eine Vollerhebung der 385 Gewerbebetriebe durchgeführt werden. Aufbauend auf der Befragung in den beiden Hauptorten wurden die Gewerbetreibenden in der Region aufgesucht, die in den Hauptorten als Produzenten (z.B. von kunstgewerblichen Gegenständen) oder Zulieferer für den Tourismussektor genannt worden sind.

Ergänzend zu der quantitativ ausgerichteten Dokumentation und Befragung der Gewerbetreibenden wurden mit Schlüsselpersonen der lokalen und regionalen Verwaltung explorative Gespräche über

den Verlauf der touristischen Erschließung und die augenblickliche Lage des Sektors sowie vertiefende Interviews mit wichtigen privatwirtschaftlichen Akteuren in der Region geführt.

Im Verlauf des Projektes kristallisierte sich heraus, dass international agierenden Investoren eine zentrale Rolle bei der Erschließung von neuen Tourismusregionen zukommen kann. Zwar konnte dieses Defizit zum Teil dadurch ausgeglichen werden, dass mit den vor Ort anwesenden Vertretern internationaler Unternehmen eine Reihe von Intensivinterviews geführt worden sind. Als Schwachpunkt der methodischen Vorgehensweise ist jedoch anzusehen, dass eine systematische Einbeziehung der Position der Konzernzentralen dieser Unternehmen nicht vorgesehen war.

### 3. Verlauf des Projektes

Der zeitliche Verlauf des Projektes ist in u.s. Tabelle summarisch dargestellt.

Frühsommer 1996	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fortsetzung der Literaturrecherchen und Vorbereitung der ersten Sondierungsaufenthalte in Tunesien und Marokko</li> </ul>
August 1996 bzw. September 1996	<p><b>Erster Sondierungsaufenthalt in Tunesien und Marokko</b> <b>Schwerpunkte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Erste Bestandsaufnahme der touristischen Infrastruktur im Raum <i>Tabarka</i> und <i>Ouarzazate</i></li> <li>● Sichtung der vor Ort vorhandenen Unterlagen und Quellen</li> <li>● Erste Gespräche mit Gewerbetreibenden und Schlüsselpersonen zur Überprüfung und Komplettierung des Erhebungsinstrumentariums</li> <li>● Beschaffung ergänzender Unterlagen in <i>Tunis</i> und <i>Rabat</i></li> </ul>
Herbst 1996 und Winter 1996/97	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aufarbeitung der ersten Informationen zur touristischen Angebotsstruktur</li> <li>● Sichtung und Bewertung der sekundärstatistischen Materialien</li> <li>● Präzisierung von Teilfragestellungen und Vorbereitung der Haupterhebungsphase</li> </ul>
März/April 1997	<p><b>Haupterhebungsphase in Marokko</b> <i>Schwerpunkte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Systematische Komplettierung der Bestandsaufnahme</li> <li>● Standardisierte Befragungen der Gewerbetreibenden</li> <li>● Identifizierung und Befragung der Produzenten touristisch relevanter Produkte</li> <li>● Vertiefende Befragungen im tourismusbezogenen formellen und informellen tertiären Sektor</li> <li>● Ergänzung der Sammlung sekundärstatistischer Unterlagen in <i>Rabat</i></li> </ul>
Sommer 1997	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aufbereitung und Auswertung der durchgeführten Erhebungen sowie erste Ansätze zur textlichen, graphischen und kartographischen Darstellung der Ergebnisse</li> <li>● Vergleich der Ergebnisse mit früheren Untersuchungen zur Identifizierung von Entwicklungsproblemen und -potentialen</li> </ul>
September 1997	<p><b>Haupterhebungsphase in Tunesien</b> Schwerpunkte analog zur Frühjahrskampagne in Marokko</p>
Herbst 1997 bis Frühjahr 1998	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aufbereitung und Analyse der erhobenen Sachinformationen</li> <li>● Formulierung von ersten Ergebnissen und Vorbereitung von Publikationen</li> <li>● Formulierung von Empfehlungen für die weitere touristische Entwicklung</li> <li>● Erarbeitung des Zwischenberichtes und des Abschlußberichtes</li> </ul>

Das erste Projektjahr war im wesentlichen von zwei Sondierungsaufenthalten in den beiden Beispielgebieten geprägt, bei denen neben den formalen organisatorischen Vorbereitungen überblickartige Erfassungen der Gewerbebetriebe, Expertengespräche und erste intensivere Einzelgespräche mit den Gewerbetreibenden erfolgten.

Neben der Aufarbeitung des Sondierungsaufenthaltes, d.h. der kartographischen Erfassung der Bestandsaufnahme und Modifizierung des Erhebungsinstrumentariums wurden auf der Basis der

sekundärstatistischen Unterlagen bereits ein erster Überblicksartikel über die touristische Erschließung in den Maghrebländern verfaßt, sowie ein Referat auf der DAVO-Jahrestagung gehalten.

Bei der Haupterhebungsphase in Marokko im Frühjahr 1997 standen – neben der Komplettierung von Unterlagen und ergänzenden Gesprächen in der Hauptstadt – die systematische Befragung der Gewerbetreibenden in der Stadt Ouarzazate und den auf den Tourismus ausgerichteten Produzenten in der Region im Mittelpunkt.

Die vorläufige, zum Teil von studentischen Hilfskräften in Deutschland durchgeführte Aufarbeitung der Ergebnisse aus diesem Aufenthalt hatte auch die Funktion, kleinere Modifikationen an der Vorgehensweise für die Parallelerhebungen in Tunesien im September 1997 vorzunehmen. Bei beiden Geländeaufenthalten wurden gegen Ende die standardisierten Interviews ergänzt und abgerundet durch eine Reihe von vertiefenden Gesprächen mit ausgewählten Akteuren im privatwirtschaftlichen Bereich und Expertengespräche mit Vertretern der lokalen und regionalen Behörden und Planungsinstanzen. Vor allem die standardisierten Interviews wurden mit (auch sprachlicher) Unterstützung von je zwei marokkanischen bzw. tunesischen Geographiestudenten und konstruktiver Begleitung durch Fachkollegen aus den beiden Ländern durchgeführt.

Seit dem Herbst 1997 läuft die abschließende Auswertung der Erhebungen und die vorläufige Formulierung von darauf aufbauenden Schlußfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die noch vorgesehenen Vorträge und Publikationen. Wie während der Konzeption des Forschungsprojektes ist auch die Abschlußphase wieder von einem intensiven Gedankenaustausch mit anderen Projektleitern und -mitarbeitern gekennzeichnet.

## 4. Ergebnisse

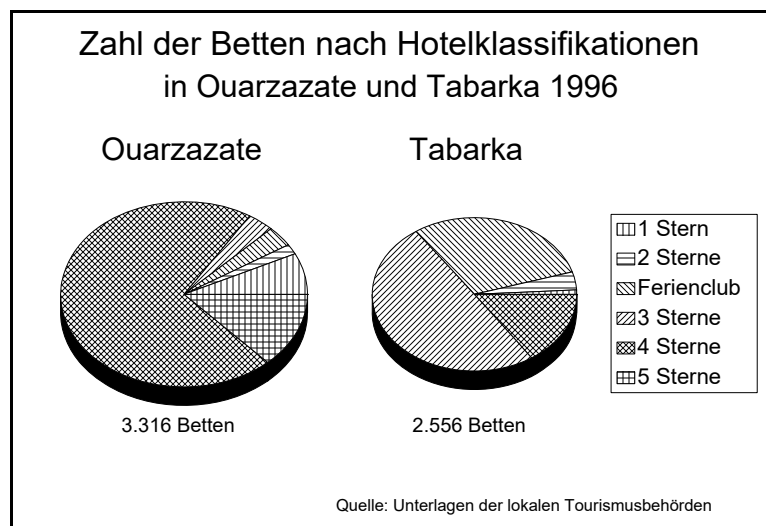
### 4.1 Basisdaten zur touristischen Entwicklung

In beiden Untersuchungsgebieten erfolgte seit dem Start der Projekte eine erhebliche Ausweitung der Beherbergungskapazitäten, wobei in Ouarzazate Übernachtungskapazitäten mit etwa 3.300 und in Tabarka mit gut 2.500 Betten geschaffen worden sind, und damit eine vergleichbare quantitative Basis für die Ermittlung von auf den Tourismus ausgerichteten gewerblichen Aktivitäten besteht.

In Ouarzazate wurden vor allem Hotels geschaffen, die auf einen luxurorientierten hochwertigen Tourismus abzielen. Über 80 % der Betten entfallen auf Luxushotels der gehobenen Preisklasse. Auch aufgrund des hohen Niveaus der Hotels waren in Ouarzazate in den klassifizierten Hotels 1996 lediglich 7 % der Gäste Marokkaner.

Demgegenüber wurden in Tabarka von den Investoren Hotelanlagen erstellt, deren Schwergewicht bei Mittelklassehotels und den vom Niveau her damit vergleichbaren

Ferienclubs (*V.V.T.=villages de vacances touristiques* in der Abbildung) liegt. Damit werden die Hotels aber auch für eine Zielgruppe erschwinglich, an die bei der ursprünglichen Konzeption kaum gedacht worden ist: die tunesische Mittelschicht. So entfielen im Jahr 1996 mehr als ein Drittel der Hotelübernachtungen in Tabarka auf Tunesier. Auch bei den in Tabarka in größerem





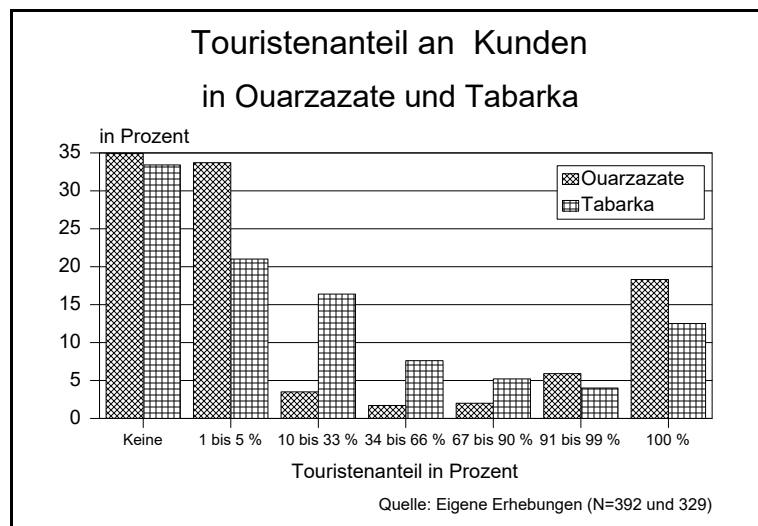
Umfang vorgesehenen Feriensiedlungen stellen nicht, wie ursprünglich beabsichtigt, extrem kaufkraftstarke ausländische Nachfrager die Mehrheit. Vielmehr wird ein großer Teil der Ferienwohnungen von tunesischen Emigranten als Urlaubsstandort erworben.

Allerdings ist in Ouarzazate der Ausbau der Hotelinfrastruktur nicht von einer entsprechenden Nachfragesteigerung begleitet gewesen. Vor allem das Ziel, Touristen für längere Aufenthalte anziehen, wurde im wesentlichen verfehlt. So lag die durchschnittliche Übernachtungsdauer im Jahr 1996 lediglich bei 1,6 Übernachtungen. Dementsprechend betrug die durchschnittliche Auslastungsquote in der Provinz Ouarzazate 1996 im Jahresmittel nur 25 %, während sie im gesamtmarokkanischen Mittel bei etwa 40 % liegt und sich in Agadir sogar auf über 50% beläuft. Die Nachfragespitzen werden dabei nach wie vor eindeutig von der Frühjahrs- und Herbstrund-reisesaison geprägt, während in den übrigen Monaten eine deutlich geringere Nachfrage besteht. Als Zwischenergebnis für das marokkanische Fallbeispiel ist damit festzuhalten, daß die staatliche Förderung der touristischen Erschließung zwar zu einer erheblichen Ausbau der Beherbergungskapazität geführt hat, diese aber nicht in gleichem Maß von einer Zunahme der Nachfrage begleitet war.

Aufgrund der klimatischen Bedingungen in Nordtunesien ist auch in Tabarka die Ausgangssituation im Vergleich zu den anderen tunesischen Destination deutlich ungünstiger, da ein Bade-tourismus nur in den Sommermonaten möglich ist. Damit ergibt sich im Jahresmittel für 1996 nur eine durchschnittliche Auslastung von etwas über 30 %, die deutlich niedriger liegt als der gesamt-tunesischen Mittelwert von 48 %. Das Ziel, durch zusätzliche Angebote (Golf, Jagd) eine bessere Verteilung der Nachfrage über das ganze Jahr zu erreichen, ist nur ansatzweise erreicht worden.

Allerdings unterscheiden sich in beiden Fallbeispielen die Auslastungen der Hotels, die von ausländischen Reiseunternehmen geführt worden sind, deutlich von jener der übrigen Hotels, da die Reiseunternehmen auch in der Nebensaison den Standort verstärkt und teilweise unter Wert zu vermarkten versuchen.

## 4.2 Tourismusbezug der Gewerbebetriebe



Im Rahmen der Befragungen wurde erhoben, wie groß nach Aussage der Betriebsinhaber der Anteil der Touristen an den Kunden ist. In beiden Städten wurden nur von einem Teil der Gewerbetreibenden Touristenanteile von mehr als 5 % genannt (vgl. Abb.). Während die Betriebe, die direkt von den Touristen profitieren in Ouarzazate allerdings nur ein knappes Drittel ausmachen, sind es in Tabarka fast die Hälfte. Der Unterschied ist dabei im wesentlichen dadurch bedingt, dass in Tabarka etwa ein Drittel der Über-

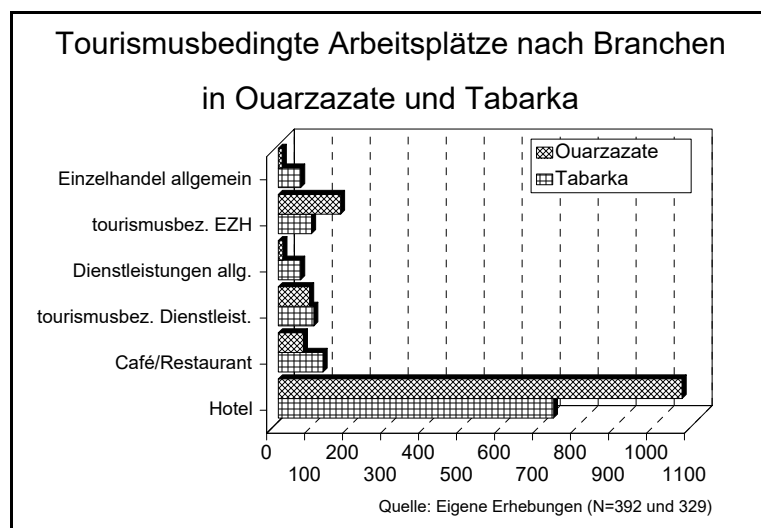
nachtungen auf Tunesier entfällt und von diesen das lokale Gewerbe in stärkerem Maß profitiert als von den europäischen Touristen.

Neben den auch physiognomisch eindeutig als tourismusorientiert einzustufenden Souvenirläden, den Hotels, sowie den übrigen entsprechenden Dienstleistungseinrichtungen, wie Reiseagenturen oder Mietwagenverleih wurde nur in wenigen Fällen ein merklicher Touristenkundenanteil genannt. Die positiven direkten wirtschaftlichen Auswirkungen der touristischen Orientierung

beschränken sich damit nur auf ein äußerst schmales Spektrum von Branchen, während der Großteil der übrigen Betriebe kaum profitiert.

### 4.3 Direkter Arbeitsplatzeffekt der touristischen Erschließung

Um die direkte Beschäftigungswirkung des Tourismus in den beiden Fallbeispielen zu ermitteln, wurden die genannten Kundenanteile von Touristen auf die Beschäftigten in den einzelnen Betrieben umgelegt. Als direkte Beschäftigungswirkung wurde z.B. in einem Betrieb mit 2 Beschäftigten und einem genannten Touristenanteil von 50 % ein Arbeitsplatz angenommen. Das Ergebnis dieser Hochrechnung ist in u.s. Abbildung dargestellt.



Insgesamt ergeben sich damit rein rechnerisch für Ouarzazate knapp 1.400 und für Tabarka gut 1.100 Arbeitsplätze, die direkt durch die touristischen Aktivitäten entstanden sind. Allerdings ist in beiden Fällen der allergrößte Teil der direkt tourismusbedingten Arbeitsplätze im Beherbergungswesen entstanden, während der Arbeitsplatzeffekt bei den nicht ausschließlich auf die Touristen ausgerichteten Gewerbebetrieben vor allem in Ouarzazate äußerst gering ausfällt.

Wie in vielen anderen Tourismusstandorten ist ein merklicher Anteil der in den Hotels Beschäftigten von außerhalb der Region zugewandert, so daß der Arbeitsplatzeffekt nicht voll der Regionsbevölkerung zugute kommt. Größenordnungsmäßig stammen aber immerhin etwa zwei Drittel der Hotelangestellten aus den jeweiligen Regionen. Vor allem in Ouarzazate, wo die Hotelfachschule seit 15 Jahren besteht, macht sich dies inzwischen dadurch bemerkbar, daß nicht nur einfache Hilfskräfte aus der Region beschäftigt werden, sondern bereits eine Reihe von ausgebildeten Hotelangestellten in teilweise leitender Funktion aus der näheren Umgebung stammen.

### 4.4 Einbindung lokaler und regionaler Investoren

Bei den Betriebsinhabern sind die regionalen Akteure demgegenüber im Fall von Ouarzazate deutlich unterrepräsentiert. Dort stammen drei Fünftel der Gewerbetreibenden mit Tourismusbezug von außerhalb der Region. In Tabarka stellen demgegenüber in diesem Bereich aus der Region stammende Gewerbetreibende drei Viertel der Betriebsinhaber. Die Mehrzahl der von außerhalb der Region stammenden Gewerbetreibenden kommt dabei in Marokko aus der Region Marrakesch und Agadir, d.h. den Nachbarregionen, in denen zum einen die touristische Funktion bereits eine längere Tradition besitzt und in der zum anderen eine größere Schicht von mittelständischen Unternehmern vorhanden ist, die das entsprechende Startkapital aufweist. Zum Teil sind die Betriebe in Ouarzazate nur Filialen von größeren Unternehmen mit Hauptsitz in Marrakesch und Agadir. Auch in Tunesien stammen die zugewanderten Gewerbetreibenden im wesentlichen aus Gebieten mit einer schon längeren touristischen Tradition und haben in größerem Umfang nur Filialbetriebe in Tabarka eröffnet. Die touristische Erschließung der beiden Beispielorte hat folglich dazu geführt, dass aus ehemaligen Abwanderungsgebieten (zumindest während der Ausbauphase) Zuwanderungsgebiete für Hotelpersonal und Gewerbetreibende geworden sind.

Dabei ist eine deutliche Konzentration der regionsexternen tourismusorientierten Gewerbetreibenden auf wenige Branchen vorhanden. Läßt man die Hotels außer Acht, sind sie häufig Inhaber von Souvenirgeschäften und Touristenbazaren. Darüber hinaus sind auch z.B. die meisten Autoverleihstationen in der Hand von Regionsexternen. Eine Besonderheit in Ouarzazate ist auch, dass – mit einer Ausnahme – die größeren Souvenirbasare, die auch intensive Kontakte zu *Guides* und anderen Schlüsselpersonen pflegen, in der Hand von regionsexternen Inhabern sind. Etwas verkürzt könnte man fast sagen, dass sich die regionsexternen Basaristen die „Rosinen“ aus dem zu verteilenden Kuchen herauspicken und für viele lokale Geschäfte nur noch die „Brosamen“ übrig bleiben.

Insgesamt ist aber festzuhalten, dass von den direkten Arbeitsplatzeffekten und über die Partizipation von lokalen und regionalen Gewerbetreibenden in den direkt auf den Tourismus ausgerichteten Branchen merkliche positive wirtschaftliche Impulse für die Beispielorte ausgehen.

#### **4.5 Auswirkungen in vor- und nachgelagerten Bereiche**

Abgesehen von den Gewerbebetrieben, deren Angebot direkt an die Touristen vermarktet wird, sind bei der Ermittlung der regionalökonomischen Effekten in einem zweiten Schritt auch diejenigen Betriebe zu berücksichtigen, die Produkte anbieten, die über Zwischenstationen ebenfalls für den Konsum oder die Benutzung durch Touristen angeboten werden. Hierzu zählen:

- 1) vor allem die Herstellung von Souvenirs in der Region und
- 2) die Produktion von Lebensmitteln.
- 3) Darüber hinaus sind hier auch diejenigen Leistungen zu berücksichtigen, die nach der Bau-phase für den Unterhalt der Hotels und der anderen touristischen Einrichtungen erbracht werden, sowie
- 4) die indirekte Beschäftigungswirkung, die darauf zurückzuführen ist, dass von den direkt im Tourismusbereich Beschäftigten Waren und Leistungen in der Region nachgefragt werden.

Ohne an dieser Stelle detailliert auf alle Einzelergebnisse eingehen zu können, waren bei den indirekten Auswirkungen der touristischen Erschließung insgesamt gesehen eher geringe Multiplikatoreffekte festgestellt worden.

So stammt bei den angebotenen Souvenir- und Kunsthandwerksartikeln nur der kleinere Teil der Waren aus den jeweiligen Regionen, während der überwiegende Teil aus den großen kunsthandwerklichen Zentrum des Landes und anderen Tourismusregionen kommt. In beiden Fällen wird ein weitestgehend standardisiertes Souvenirangebot vorgehalten wird, welches sich kaum von demjenigen in den anderen Tourismusstandorten unterscheidet. Umgekehrt sind auch die in den beiden Untersuchungsregionen hergestellten Produkte nicht nur dort anzutreffen, sondern werden ebenfalls landesweit vermarktet. Auch wenn aufgrund der landesweiten Verflechtungen der Anteil der Souvenirproduktion, der auf die Verkäufe in Ouarzazate und Tabarka zurückzuführende Arbeitsplatzeffekt nicht exakt anzugeben ist, beläuft er sich für die gesamte Produktion von Souvenirs und Kunstgewerbeprodukten in Ouarzazate auf etwa 100 und in der Region Tabarka auf maximal 200 Personen.

Da in beiden Regionen nur in geringem Umfang Landwirtschaft betrieben wird, erfolgt auch die Nahrungsmittelversorgung der Hotels überwiegend aus dem jeweiligen nationalen agrarischen Gunsträumen. Eines der wenigen Ausnahmen ist die Geflügelzucht in der Region Ouarzazate. Allerdings ist der Beschäftigungseffekt in diesem Bereich äußerst gering und beläuft sich lediglich auf etwa 20 Personen, von denen etwa ein Drittel auf den Tourismus zurückgeführt werden können.

Auch für die technische Wartung der Anlagen in den Hotels (z.B. Klimaanlage, elektrische Anlagen) haben sich bislang keine Betriebe angesiedelt. Hintergrund hierfür ist, daß einfache Wartungs- und Reparaturarbeiten in den Hotels in Eigenregie ausgeführt werden, während für

schwierigere Aufgaben nach wie vor externe Fachkräfte anreisen. Zwar haben eine Reihe von Handwerksbetrieben Aufträge von den Hotels, Restaurants und Tourismusbazaren (z.B. zur Herstellung oder Reparatur von Möbeln). Abgesehen vom Bau der Hotels, die zum großen Teil mit temporär beschäftigten Arbeitskräften aus der Region errichtet worden sind, und für die einige großer Baustoffhändler vor Ort den Hauptteil der benötigten Materialien liefern konnten, sind damit auch in diesem Bereich keine merklichen Arbeitsmarkteffekte vorhanden.

Zu den Dienstleistungen, die ebenfalls als indirekt tourismusbedingt anzusprechen sind gehören vor allem im Fall von Ouarzazate auch die Folkloregruppen, die von den Hotels und Restaurants für die Unterhaltung der Gäste engagiert werden. In Tabarka wird das Animationsprogramm zum überwiegenden von Angestellten der Hotels direkt gestaltet. Neben den entsprechenden Hotelangestellten werden in der Region Ouarzazate drei traditionelle Folkloregruppen des öfteren von den Hotels engagiert, die zusammen etwa 160 Mitgliedern aufweisen. Bei ein bis drei Auftritten pro Woche in der Hochsaison ist dies für die Mitglieder der Folkloregruppen allerdings keine reguläre Beschäftigung sondern in der Regel nur ein Zuerwerb.

Im Rahmen der Befragung der Gewerbebetriebe sollten die Inhaber auch angeben, wie hoch sie bei ihrer einheimischen Kundschaft den Anteil der im Tourismusbereich Tätigen schätzen. Auch wenn diese Angaben nicht ganz exakt sind, läßt sich auf der Basis der Angaben und unter Berücksichtigung des Anteils der befragten Geschäfte eine weitere Beschäftigungswirkung von jeweils etwa 300 Arbeitsplätzen schätzen.

Obwohl die Arbeitsplatzzahlen in den vor- und nachgelagerten Bereichen nicht ganz so exakt zu erfassen sind, wie in den direkt vom Tourismus abhängigen Branchen, ist zusammenfassend festzuhalten, dass sich bislang erst wenige Verflechtungsbeziehungen ergeben haben. Insgesamt dürften sich die Arbeitsplätze in beiden Fallbeispielen auf maximal 700 belaufen, d.h. grob verallgemeinert kommt auf zwei direkt im Tourismus Beschäftigte noch ein weiterer Arbeitsplatz in vor- und nachgelagerten Bereichen.

Damit werden die von offizieller Seite angenommenen indirekten Beschäftigungseffekte bei weitem nicht erreicht bzw. zumindest nicht in der Region wirksam. In Marokko wird von einem indirekten Beschäftigungseffekt von 1,78 und in Tunesien von 1,12 pro Hotelbett ausgegangen. Auch wenn immer ein gewisser Anteil der Beschäftigungswirkungen nicht in den Tourismusregionen wirksam wird, da ein Teil der Produkte und Leistungen in anderen Landesteilen produziert und erbracht werden, ist die regionale Wirksamkeit der touristischen Erschließung in den beiden untersuchten Fällen noch extrem niedrig.

Festzuhalten ist, daß durch die touristische Erschließung in beiden Beispielregion insgesamt gesehen zwar ein spürbarer wirtschaftlicher Impuls gesetzt werden konnte. Aufgrund von Defiziten bei der Planung und Gestaltung dieses neuen touristischen Projekts bleibt zum einen die Nachfrage allerdings rein mengenmäßig deutlich hinter dem angestrebten Umfang zurück. Zum anderen erreichen die realisierten regionalwirtschaftlichen Effekte insgesamt gesehen nur einen Bruchteil der potentiell möglichen Wirkungen. Im nächsten Abschnitt sollen zusammenfassend die Schwachpunkte der bisherigen Entwicklung diskutiert werden, die als zentrale inhibierende Rahmenbedingungen für das wirtschaftliche Handeln der Unternehmer in den untersuchten Tourismuszentren fungieren.

## **4.6 Schwachpunkte der touristischen Erschließung**

Da für die beiden Dimensionen „unzureichende Nachfrage“ und „unzureichende regionalwirtschaftliche Multiplikatorwirkung“ trotz gegenseitiger Interdependenzen unterschiedliche Begründungszusammenhänge bestehen, werden diese im folgenden getrennt vorgestellt.

### **4.6.1 Nachfragemobilisierung**

- **Herkunft der Investoren:** Die verstärkte Erschließung Südmarokkos fällt in eine Zeit, in der staatlicherseits eine skeptische Haltung gegenüber westlichen ausländischen Direktinvestitionen bestand. Wie in den meisten Peripherregionen ist in Südmarokko keine hohe Investitionskraft vorhanden, so daß das Beherbergungswesen im wesentlichen mit inländischem aber extraregionalem Kapital ausgebaut worden ist. Während international operierende Hotelketten und Tourismusunternehmen die Vermarktung ihrer Anlagen zum großen Teil selbst vornehmen und damit ein Mindestmaß an Auslastung garantieren, verfügen inländische Promotoren nur über einen begrenzten Zugang zu den europäischen Märkten. Die erfolgreicherer Hotels suchen seit ein bis zwei Jahren die Nähe bzw. Beteiligung von international operierenden Reiseunternehmen, wobei die ersten Resultate in der Region – wie auch Erfahrungen im tunesischen Fallbeispiel – für diese Strategie sprechen. Auch wenn die Fluganbindung von Tourismusstandorten primär eigentlich eine staatliche Aufgabe ist, verfügen internationale Tourismuskonzerne auch über die Möglichkeiten sich Fluganbindungen selbst zu schaffen, von denen dann auch kleinere (nationale) Unternehmen profitieren können. So wird z.B. Ouarzazate seit 1997 aufgrund des Engagements eines französischen Veranstalters (*FRAM*) direkt von Frankreich einmal pro Woche mit einer Chartermaschine angefliegen. Auch in Tabarka, wo sich die zwei größten deutschen Reiseveranstalter (*TUI* und *NUR*) zusammengeschlossen haben, um mehrere Charterdirektverbindungen anzubieten, zeigen sich die möglichen positiven Effekte des Engagements internationaler Investoren.
- **Vermarktung des Angebotes:** Es wurde bereits angesprochen, dass der Ausbau der Beherbergungsinfrastruktur ohne ausreichende Abschätzungen des touristischen Nachfragepotentials erfolgt ist. Der Umfang der Nachfrage ist allerdings kein Wert als solcher, sondern durch eine Reihe von Faktoren veränderbar. Abgesehen von der bereits erwähnten Rolle internationaler Tourismusveranstalter für die direkte Mobilisierung der Nachfrage üben natürlich auch alle im weiteren Sinne als Marketing- und Werbemaßnahmen anzusprechenden Aktivitäten einen Einfluß auf das Volumen der Nachfrage aus. Da die staatliche Tourismuswerbung für das ganze Land erfolgt, ist diese nur partiell auf die Beispielregion abgestellt. Auch wenn in beiden Fallbeispiele Ansätze für verstärkte regionsbezogene Werbeaktivitäten erkennbar sind, ist deren Umfang insgesamt noch sehr gering. Dabei stellte sich allerdings als Handicap heraus, das die extraregionalen Investoren nur begrenzt Bereitschaft zu einem Engagement zeigen. Auch von Seiten der kleinen lokalen Gewerbetreibenden war die Reaktion auf diese Initiative sehr zurückhaltend. Es scheint zum einen sehr schwierig zu sein, die Erkenntnis zu vermitteln, dass Marketingmaßnahmen nur mittelfristig wirken können. Zum anderen scheint die Bereitschaft, bei Aktivitäten mitzuwirken, bei denen kein direkt damit verbundener persönlicher Gewinn erkennbar ist, sehr gering. Das Bewusstsein, dass von einer Stimulierung der Gesamtnachfrage durch Marketingaktivitäten indirekt auf mittlere und lange Sicht die meisten Beteiligten profitieren, ist noch sehr schwach ausgeprägt. Möglicherweise hat auch das Agieren der Behörden vor Ort, die sehr stark auf extraregionale Investoren fokussieren das Vertrauen in deren Rolle als neutraler Moderator zumindest erschwert.
- **Angebote zur Gestaltung der Aufenthalte:** Abgesehen von der notwendigen Mobilisierung der Nachfrage sind natürlich auch konkrete Maßnahmen zur inhaltlichen Füllung der Urlaubsaufenthalte in der Region notwendig. Dies gilt insbesondere für den Standort Ouarzazate, aber auch für Tabarka, wo die klassischen Trilogie des Badetourismus „Sonne-Strand-Meer“ keine ausreichend lange Saison gewährleistet. Den Möglichkeiten zur Gestaltung der Aufenthalte käme damit eine erhebliche Bedeutung vor.

Von den Beherbergungseinrichtungen werden nur in wenigen Fällen über ein Standardanimationsprogramm hinausgehende Aktivitäten angeboten. In Ouarzazate sind es lediglich der *Club Med* und ein Hotel, das ein festes Abkommen mit einem französischen Reiseveranstalter (*FRAM*) hat, die auf mehrtägige Aufenthalte abgestellte umfangreichere Animations- und

Ausflugprogramme anbieten. Vor allem das Unterhaltungsprogramm der *Club Med* wird von vielen Akteuren in der Region als beispielhaft gesehen und bietet einen großen Teil der Möglichkeiten, die ohne größere Erschließungsmaßnahmen genutzt werden können.

Bei den meisten der anderen Hotels herrscht noch die Haltung vor, dass sie lediglich für Unterkunft und Verpflegung zuständig sind. Das Bewusstsein, dass komplette Produkte (möglichweise auch durch einen Zusammenschluß mehrerer Akteure) definiert und dann natürlich auch auf dem Markt, z.B. bei Tourismusmessen präsentiert werden müssen, um Marktanteile zu erhalten, ist bislang erst wenig ausgeprägt.

Die Möglichkeiten für einen einzelnen Hotelbetreiber Urlaubsaktivitäten anzubieten stoßen dann an ihre Grenzen, wenn hierfür größere Investitionen notwendig wären. In beiden Regionen sind Defizite beim Engagement der staatlichen Seite an einer Erschließung der (durchaus vorhanden) Ausflugspotentiale festzustellen. Der Bau (und kontinuierliche Unterhalt) von Pisten zählt hier ebenso dazu wie der Aufbau und die Ausschilderung von *Circuits* für Wanderer, Radfahrer und motorisierte Verkehrsmittel.

- **Art der touristischen Nachfrage:** Abgesehen von den Defiziten bei der Vermarktung und den Möglichkeiten zur Urlaubsgestaltung zeichnet sich auch ab, dass die Art der touristischen Nachfrage in beiden Fällen nicht ganz richtig eingeschätzt worden ist. In Ouarzazate sind die in den letzten Jahren gebauten Hotels zum überwiegenden Teil 4- und 5-Sterne Hotels der Luxuskategorie und zielen auf eine komfortorientierte ausländische Klientel ab. Für die sich in den letzten Jahren in der Region verstärkt entwickelnden Formen des Abenteuer- und Erlebnistourismus sind diese Beherbergungseinrichtungen nur begrenzt geeignet. Auch die Beherbergungseinrichtungen Tabarka zielten ursprünglich vor allem auf eine ausländische Klientel ab, sind allerdings aufgrund des niedrigeren Preisniveaus sehr viel leichter für die nationale Mittel- und Oberschicht erschwinglich.

Vor allem in Ouarzazate ist damit ein Teil der Hotelanlagen in Ouarzazate an den Marktbedürfnissen vorbeigeplant worden. Das (Preis-) Niveau der Hotels wirkt sich auch negativ auf die lange Zeit fast vernachlässigte Binnennachfrage aus. Damit ist festzuhalten, daß den beteiligten Behörden bei der Einschätzung der potentiellen touristischen Nachfragerstruktur gravierende Mängel unterlaufen sind.

#### 4.6.2 Regionalwirtschaftliche Verflechtungen

Auch wenn aus einigen Maßnahmen der generellen Nachfragemobilisierung, wie z.B. einen Ausbau des Animationsprogramms oder eine Intensivierung des Erlebnis- und Abenteuer-tourismus indirekt auch eine intensivere Einbeziehung lokaler und regionaler Anbietern resultiert, sind im Verlauf der Analyse weitere Punkte angesprochen worden, bei denen die Möglichkeiten zur Einbindung regionaler Akteure noch bei weitem nicht ausgeschöpft sind.

- **Kunsth Handwerk:** Die Förderung des regionalspezifischen Kunsthandwerks ist insgesamt gesehen nur rudimentär geblieben. Dadurch dass kaum regionsspezifische Produkte angeboten werden, sind einerseits relativ wenige Arbeitsmöglichkeiten im Bereich der Produktion geschaffen worden. Umgekehrt bestehen für die Touristen auch nur geringe Anreize, standardisierte Produkte zu erwerben, die sie auch in fast allen anderen Tourismusstandorten vorfinden. Allerdings haben solche Förderprogramme nur dann eine ausreichende Wirkung, wenn die Konkurrenzkonstellation bei der Vermarktung nicht erheblich durch informelle Absprachen zwischen Großbasaristen und anderen Akteuren (Guides, Reiseagenturen) verzerrt wird.
- **Vorgaben über Niveau der Beherbergungsinfrastruktur:** Entgegen der pauschalen Annahme, dass in der Region kaum innovationsfreudige und über ein Mindestmaß an Kapital verfügenden Investoren vorhanden ist, wurde bei den Gesprächen mehrmals signalisiert, dass hier durchaus einige Potentiale vorhanden sind. Allerdings sind die Vorgaben für den Verkauf

von Hotelgrundstücken durch die öffentliche Hand und die Gewährung von zinsgünstigen Krediten wegen der staatlich gewollten Orientierung auf eine ausländische touristische Klientel zu hoch, als dass lokale und regionale Investoren hier zum Zuge kommen würden.

- **Fokussierung auf internationalen Tourismus:** Auch die starke Orientierung der touristischen Entwicklung auf den internationalen (v.a. europäischen) Tourismus ist im Hinblick auf die Partizipationsquote der lokalen Wirtschaft als nicht optimal anzusehen. Die Ergebnisse im Fallbeispiel Tabarka zeigen, dass gerade der Binnentouristen das lokale Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sehr viel stärker in Anspruch nehmen.

Eine erfolgreiche Förderung der spezifischen Stärken der Region würde allerdings voraussetzen, dass bei allen Beteiligten ein Konsens darüber besteht, die Region als eigenständige Tourismusregion mit einem spezifischen Profil zu entwickeln. In Marokko sehen viele der privatwirtschaftlichen Akteure, deren Hauptsitz in Agadir und Marrakesch, d.h. den großen marokkanischen Tourismusregionen liegt, den prä-saharischen Süden lediglich als komplementäres Angebot zu ihren primären Standorten, d.h. ein Aufenthalt in Ouarzazate soll lediglich den Hauptaufenthalt an anderen Destinationen ergänzen. Auch in Tabarka ist das Bewusstsein, dass es sich um eine Destination mit einem eigenständigen Profil handelt, das bei der Vermarktung entsprechend herausgestellt werden müsste, noch nicht entsprechend ausgeprägt. In beiden Fällen sind damit die Voraussetzungen für einen regionalen Zusammenschluß aller Akteure zu einer konzertierten Aktion insgesamt noch unzureichend.

## 4.7 Bibliographische Angaben und Vorträge

Entsprechend den Vorgaben des FORAREA Sprecherrats folgen an dieser Stelle die Angaben zu den projektbezogenen Publikationen und Vorträgen:

### **Publikationen:**

- **Tourismus im Maghreb. Ökologische und sozioökonomische Risiken eines staatlich geförderten Sektors.** In: Wuqûf. Beiträge zur Entwicklung von Staat und Gesellschaft in Nordafrika. Band 10/11, 1997, S. 363 – 386
- **Le rôle de l'Etat dans le cadre de l'aménagement de nouveaux complexes touristiques – cas de Ouarzazate.** In: BERRIANE, Mohamed (Hrsg.): Le tourisme au Maghreb – diversification du produit et développement régional et local. Actes du 5ème colloque marocco-allemand. Rabat 1998 (= Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences humaines de Rabat, Série: colloque et séminaires) (*im Druck*)
- **Neue staatlich geförderte Tourismusprojekte in Marokko und Tunesien und ihre Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung peripherer Räume.** In: Maghreb-Studien 10, 1999 (*in Vorbereitung*)
- Darüber hinaus sind noch zwei Beiträge, eine französische Aufarbeitung der Ergebnisse des Fallbeispiels Tabarka zur Publikation in Tunesien (evtl. Revue de Géographie Tunisienne) und ein deutschsprachiger komparatistischer Beitrag (evtl. Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie) in Bearbeitung.

### **Vorträge:**

- **Touristische Großprojekte und Regionalentwicklung im Maghreb – Beispiel Tabarka und Ouarzazate.** *Workshop des Bayerischen Forschungsverbundes FORAREA und des Geographischen Instituts der TU München, München, 5. Juli 1996*
- **Die touristische Erschließung als Mittel zur Regionalentwicklung in der Dritten Welt.** *Akademischer Vortrag im Rahmen des Habilitationsverfahrens an der TU München, München, 24. Juli 1996*
- **Neue staatliche geförderte Tourismusprojekte in Marokko und Tunesien.** 3. DAVO-Kongreß: „Gegenwartsbezogene Forschung zum Vorderen Orient“, Hamburg, 28.–30.11.1996
- **Neue staatlich geförderte Tourismusprojekte in Marokko und Tunesien.** 51. Deutscher Geographentag, Bonn, 6.–11. Oktober 1997
- **Le rôle de l'Etat dans le cadre de l'aménagement de nouveaux complexes touristiques – cas de Ouarzazate.** *Le tourisme au Maghreb – diversification du produit et développement régional et local. 5ème colloque marocco-allemand, Tanger 21.–25. April 1998*
- Darüber hinaus ist zum einen für die DAVO-Jahrestagung 1998 ein Panel angemeldet worden, in dem die Studien des Projektbereiches vorgestellt werden sollen. Zum anderen ist im Oktober ein Workshop des Projektbereiches für die Akteure aus der deutschen Tourismusbranche geplant.

## 5 Vernetzung mit anderen Projekten

Das Projekt war sowohl sektoral als auch regional mit anderen Projekten vernetzt:

- Am Standort Tabarka sind mehrere Projekte angesiedelt, die andere Facetten der Wirkungen von touristischer Erschließung aufgearbeitet haben (B6: Kulturüberprägung; B7: Mensch-Umwelt-Beziehungen; B11: Interkulturelle Interaktionsmuster), d.h. für diesen Standort wurde entsprechend den Zielsetzungen von FORAREA interdisziplinär unterschiedliche Folgen wirtschaftlichen Handelns in zwischenkulturellen Kontexten bearbeitet.  
Die Vernetzung umfaßte dabei nicht nur formale und funktionale Aspekte (gemeinsame Forschungsgenehmigung, Austausch von Quellenmaterial, gemeinsame Nutzung von Projektressourcen). Da alle Projektbeteiligten sich im September 1997 im Untersuchungsgebiet aufhielten, waren bis in diese Phase wechselseitige Impulse und Abstimmungen möglich, so daß die jeweiligen sektoral erarbeiteten Zwischenergebnisse vor der Folie der anderen Projektergebnisse gespiegelt werden konnten. Die Möglichkeit eines kontinuierlichen Austausches während des Geländeaufenthaltes wurde teilweise dazu genutzt, die eigenen provisorischen Eindrücke und Ergebnisse zu überprüfen oder zu bestätigen, wodurch die Qualität der eigenen Ergebnisse positiv beeinflußt wurde.
- Im Rahmen von Projekt B12: Tourismus in ländlichen Regionen Südmarokkos wurden in einem Teilprojekt auch die ökonomischen Auswirkungen der touristischen Erschließung in der Nachbarregion von Ouarzazate bearbeitet. Auch mit diesem Projekt erfolgte eine enge Zusammenarbeit bei der Konzeption der Erhebungsschritte und während der Ausarbeitungsphase.

Die erfolgte Zusammenarbeit eröffnet zum einen die Möglichkeit, bei einer Formulierung von Entscheidungshilfen für potentielle Investoren alle relevanten Aspekte zu berücksichtigen und damit die Entscheidungssicherheit zu erhöhen. Zum anderen erlaubt die Zusammenschau von zwei unterschiedlichen Fallbeispielen aus dem prä-saharischen Raum Südmarokkos einen höheren Grad der Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse über den engen Rahmen der eigenen Fallbeispiele hinaus.

## 6 Zusammenfassung

Zusammenfassend ist festzuhalten, bei der Entwicklung von neuen Tourismusdestination in Marokko und Tunesien beachtenswerte Teilerfolge erzielt werden konnten. Die erhebliche Ausweitung des Beherbergungsangebotes hat eine merkliche Zahl von neuen Arbeitsplätzen in der Region geschaffen, die auch zum großen Teil von der regionalen Bevölkerung eingenommen werden.

Allerdings ist die touristische Entwicklung in einer Peripherregion *per definitionem* kein Selbstläufer. Wenn günstigere Voraussetzungen für eine wirtschaftliche Entwicklung vorhanden gewesen wären, hätte sich bereits in historischer Zeit eine selbsttragende Entwicklung eingestellt. Bei solchen Vorhaben ist deshalb eine intensive Betreuung und Begleitung durch externe Stellen notwendig. Eine Beschränkung auf Flächenbereitstellung und landesweit geltende fiskalische Erleichterungen allein reicht nicht aus. Hier sind bei der vorgestellten Fallstudie eine Reihe von Schwachpunkten identifiziert worden.

Konzeption und Durchführung von touristischen Erschließungsprojekten stellen hohe Anforderungen an die koordinierenden Institutionen, wobei unter dem Blickwinkel der Einbindung regionaler Potentiale auch eine prinzipielle Ambivalenz besteht zwischen der Notwendigkeit zu stimulierenden und regulierenden oder kompensierenden Interventionselementen. Damit soll allerdings in keinsten Weise einer Dominanz des staatlichen Handelns das Wort geredet werden. Wichtig ist es, eine Balance zwischen staatlichen und privatwirtschaftlichen Akteuren zu finden, in der beide in einer gemeinsamen Partnerschaft agieren. Das Fehlen eines zentralen – möglichst neutralen –



Mediators, der den gesamten Prozeß von der Projektentwicklung, über Umsetzungsschritte und kontinuierliche Zwischenevaluierungen bis hin zur Vermarktung des touristischen Angebotes zum Teil selbst betreibt und begleitet, hat zumindest in den beiden untersuchten Fallbeispielen zu suboptimalen Ergebnissen bei der Entwicklung von Tourismusschwerpunkten in Peripherregionen geführt.

Möglichkeiten des Ergebnistransfers aus dem FORAREA Projekt B9:

**Touristische Großprojekte und Regionalentwicklung. Evaluierung des Beitrags von Tourismusprojekten zur ökonomischen Aufwertung peripherer Regionen im Maghreb.**

*Dr. Andreas Kagermeier (TU München)*

Mit dem Projekt werden die Wirkungen von staatlich initiierten Tourismusprojekten auf das unternehmerische Handeln in Peripherregionen anhand von zwei Fallbeispielen im Maghreb untersucht. Damit stehen von den im internationalen Tourismus involvierten Akteursgruppen die Unternehmer und Arbeitnehmer in den Zielländern im Mittelpunkt. Da deren Handlungsrahmenbedingungen in starkem Maß von den Tourismusunternehmen in Europa und vom staatlichen Maßnahmen beeinflusst werden, sind diese beiden Faktoren ebenfalls berücksichtigt worden.

Entgegen den Ausgangshypothesen sind bei den untersuchten Kleinunternehmern in erheblichem Maß sowohl spezifische Fähigkeiten als auch Investitionsbereitschaft vorhanden. Der suboptimale Verlauf, den die touristische Entwicklung in beiden Fallbeispielen genommen hat, resultiert zum einen daraus, dass die staatlicherseits geschaffenen Rahmenbedingungen nicht in ausreichendem Maß die spezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Region berücksichtigen, d.h. diese quasi nur als „Anhängsel“ der touristischen Entwicklung im Kernland gesehen werden. Hier sind sicherlich auch Handlungsfelder für die zwischenstaatliche Kooperation vorhanden.

Zum anderen werden die spezifischen Potentiale der jeweiligen Regionen von den dort agierenden deutschen Reiseunternehmen wohl noch nicht in ausreichendem Maß berücksichtigt.

Im Fall des prä-saharischen marokkanischen Zielgebietes Ouarzazate wird von den deutschen Reiseveranstaltern der Standort – anders als von französischen Reiseveranstaltern – lediglich im Rahmen von klassischen Rundreisefahrten vermarktet.

Im Fall der Badetourismusdestination Tabarka nutzen deutsche Veranstalter lediglich ein normiertes Badeaufenthaltsangebot. Die ergänzend in der Region prinzipiell nutzbaren Potentiale für Naturerlebnis-, Kultur- und Sporttourismus werden demgegenüber nur begrenzt wahrgenommen.

Umgekehrt ist die Entwicklung und Inwertsetzung von Tourismusregionen weniger ein Anliegen von deutschen Veranstaltern, da diese aus dem weltweit verfügbaren Angeboten von Destinationen wählen können und nicht darauf angewiesen sind, bestimmte Peripherregionen zu nutzen. Im Sinne einer nachhaltigen Tourismusedwicklung in den Nicht-OECD-Staaten sollte allerdings auch bei den deutschen Reiseveranstaltern – unabhängig von den konkret ausgewählten Zielgebieten – die Bereitschaft bestehen, sich langfristig in den Regionen (z.B. durch Beteiligung an Beherbergungseinrichtungen) zu engagieren. Die bislang oftmals praktizierte Politik eines von Saison zu Saison wechselnden Orderverhaltens bedeutet für die Zielgebiete eine Verschärfung der Abhängigkeit von den westlichen Industrienationen.