

Tourismus im Mittelmeerraum

Zwischen Wachstumsgrenzen und Produkterneuerung

Der Mittelmeerraum als nach wie vor global bedeutendste Reiseregion ist aktuell – ohne an dieser Stelle aus Platzgründen auf die politisch bedingten Gefährdungen im südöstlichen Mittelmeerraum eingehen zu können – mit zwei zentralen Herausforderungen konfrontiert, die Bezug zum Destinations-Lebenszyklus-Modell von *Butler* (1980; vgl. auch den Beitrag *Hopfinger* im gleichen Heft) für Destinationen in der Reifephase aufweisen: zum Einen dem Umgang mit den Grenzen des Wachstums aufgrund der intensiven touristischen Inwertsetzung während der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, und zum Anderen den deutlichen Stagnationstendenzen sowie Degradierung der Wertigkeit beim klassischen *Sun&Sea*-Produkt.

Aus diesem Grund sind einerseits Mitigationsstrategien notwendig, um eine (weitere) Degradierung der Destinationen zu vermeiden. Andererseits braucht es Adaptionsstrategien, mit denen – im Sinne einer Erneuerung der Destinationen (*Rejuvenation*) – innovative Ansätze zur Produktdiversifizierung implementiert werden. In dieser – auch als Wechsel von fordistischen zu postfordistischen Produktionsmustern zu charakterisierenden – Umbruchphase stellen sich besondere Herausforderungen auch an die Destination Governance.

Im Beitrag werden nach einer Einführung in die Grundstrukturen des mediterranen Tourismus die Herausforderung im Umgang mit den Grenzen des Wachstums anhand des Fallbeispiels Mallorca und damit von Mitigationsansätzen diskutiert. Der Aspekt der Adaption an neue Steuerungsanforderungen wird exemplarisch am Beispiel Zyperns betrachtet.

Grundlagen zum Tourismus im Mittelmeerraum

Der Mittelmeerraum wird gerne als „Badewanne Europas“ bezeichnet, womit ausgedrückt werden soll, dass die Region nicht nur das Hauptzielgebiet des europäischen Tourismus darstellt, sondern auch der Badetourismus lange Zeit die zentrale Rolle spielte. Auf den Mittelmeerraum entfällt aktuell in etwa ein Fünftel der globalen touristischen Aktivitäten (bezogen auf Ankünfte, Übernachtungen bzw. Wertschöpfung; UNWTO 2014, S. 4 ff.). Die Entwicklung war dabei insbesondere durch die Nähe zum global nach wie vor wichtigsten Quellmarkt Zentraleuropa und vom mediterranen Klima geprägt.

Auch wenn der Ausgangspunkt der heutigen touristischen Entwicklung bereits im 19. Jh. liegt (*Kulinat* 1991, S. 432), setzte die Phase des „Massentourismus“ entsprechend der generellen touristischen Nachfrageentwicklung (*Kagermeier* 2015, S. 57 ff.) im Wesentlichen nach dem Zweiten Weltkrieg ein. In Abhängigkeit von

der Entfernung zum zentraleuropäischen Hauptquellmarkt erfolgte ab den späten 1950er und frühen 1960er Jahren zunächst die Erschließung der auf dem Landweg erreichbaren klassischen Destinationen Italiens, Frankreichs und auch Spaniens. Weiter entfernte (Flugreise-) Destinationen – insbesondere die Zielgebiete auf der Südseite des Mittelmeers – wurden verstärkt erst ab der zweiten Hälfte der 1970er und 1980er Jahren erschlossen. Der daraus resultierende historische Entwicklungsvorsprung der drei klassischen Mittelmeerurlaubsländer Italien, Frankreich und Spanien paust sich heute noch durch: Auf sie entfällt fast die Hälfte der im Jahr 2012 im Mittelmeerraum registrierten knapp 1,5 Mrd. (Hotel-) Übernachtungen (vgl. *Abb. 1*; für Frankreich sind nur Übernachtungszahlen der mediterranen NUTS-Regionen berücksichtigt). Die Deviseneinnahmen aus dem Tourismus stellen für die meisten Volkswirtschaften der Mittelmeeranrainerstaaten eine wichtige Einnahmequelle dar.

Auch wenn der relative Anteil des Mittelmeerraums am internationalen Tourismus in den letzten Jahrzehnten – bei nach wie vor vorhandenem absoluten Wachstum – etwas zurückgegangen ist, wird die Region bis weit in das 21. Jh. hinein die weltweit wichtigste Großdestination bleiben. Vor dem Hintergrund von neuen Mitbewerberdestinationen und sich ausdifferenzierenden Nachfragemotiven (genauer z.B. bei *Kagermeier* 2015, S. 68 ff.) steht der bislang stark auf das Volumensegment des Badetourismus ausgerichtete Mittelmeerraum vor großen Herausforderungen. Diese sollen im Folgenden exemplarisch anhand von zwei Fallbeispielen diskutiert werden.

Diversifizierung und Grenzen des Wachstums auf Mallorca

Die Balearen (Mallorca, Menorca und Ibiza) mit ihren 65 Mio. Übernachtungen führen die Liste der Übernachtungen in den europäischen NUTS2-Regionen bezogen auf die Zahl der Einwohner mit dem Spitzenwert von 60

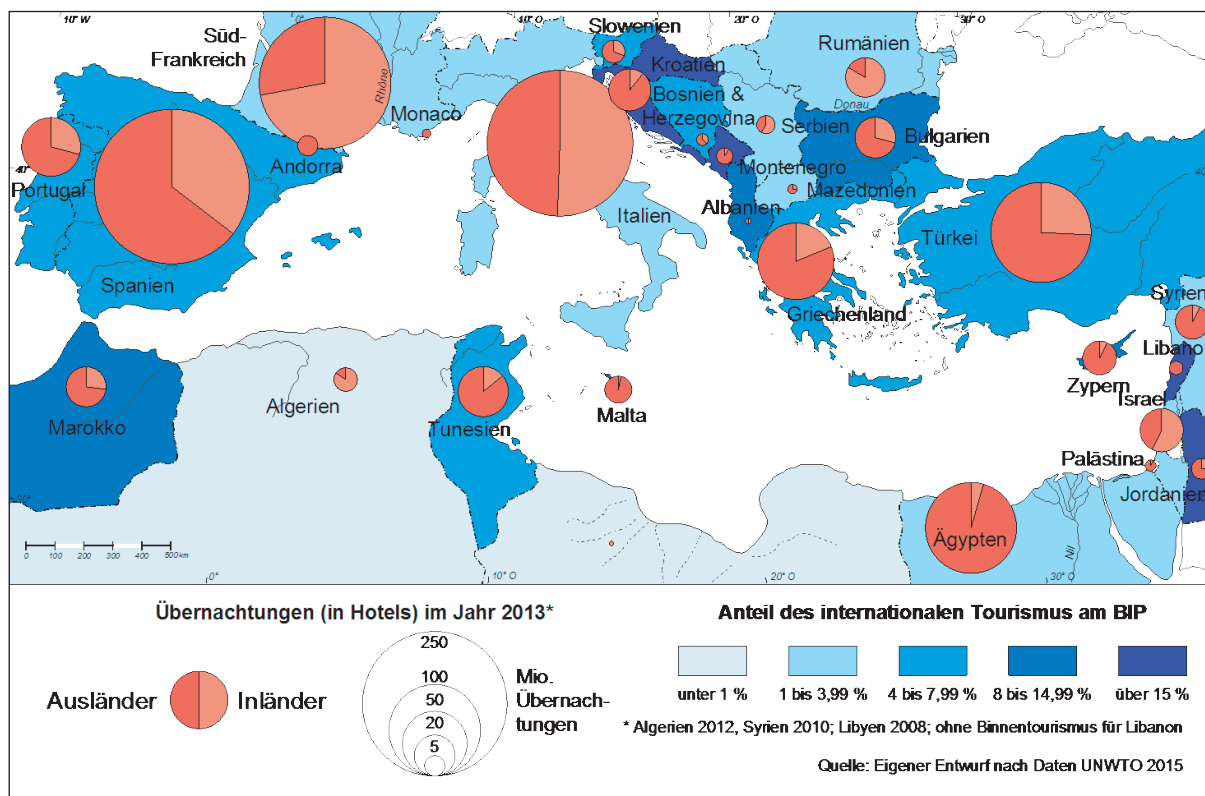


Abb. 1: Übernachtungen in den Mittelmeeranrainerstaaten und Deviseneffekte des internationalen Tourismus

Übernachtungen pro Einwohner klar an (Eurostat 2014, S. 200). Etwa vier Fünftel des touristischen Volumens der Balearen entfällt auf Mallorca, das damit zum Sinnbild für eine extrem intensive touristische Nutzung geworden ist. Die hohe Tourismusintensität und die gleichzeitige Begrenztheit durch die Inselage, aufgrund derer die Ressourcenübernutzung besonders klar zu erkennen ist, machen Mallorca zu einem idealtypischen Beispiel, um die Grenzen des Wachstums zu thematisieren.

Ausgehend von etwa 360 000 Touristenankünften im Jahr 1960 erreichen diese inzwischen fast 10 Mio. (vgl. Abb. 2). Die Entwicklung verlief aber nicht kontinuierlich, sondern lässt – teilweise auch in anderen mediterranen Destinationen beobachtbare – unterschiedliche Phasen erkennen (genauer bei Kagermeier 2015, S. 256 ff.). Bereits seit Ende der 1980er Jahre wird bei jeder stagnativen Phase bzw. bei Besucherrückgängen immer wieder die Reifephase der Insel prognostiziert und eine stärker an ökologischen und qualitativen Aspekten ausgerichtete Orientierung des Tourismus reklamiert (vgl. z.B. Schmitt und Blázquez-Salom 2003). Durch die Förderung des Golf Tourismus, des Residenzial- und Finkatourismus, des Wander- und Fahrradtourismus (vgl. Foto 1) sowie des nautischen Tourismus zur Produktdiversifizierung ist es Mallorca in den letzten Jahren gelungen, sein Portfolio merklich zu verbreitern (genauer bei Kagermeier 2015, S. 259 ff.). Dabei wird gleichzeitig deutlich, dass die Dominanz einer Hauptproduktsäule in der Reifephase eben nicht von einer einzigen anderen, neuen und dominanten Tourismusform abgelöst wird. Das Produktionsmodell des Postfordismus zeichnet sich vielmehr durch eine Vielzahl kleinerer Tourismusformen und -nischen aus. Während die Ansätze zur Produktdifferenzierung jüngerer Datums sind, sind die

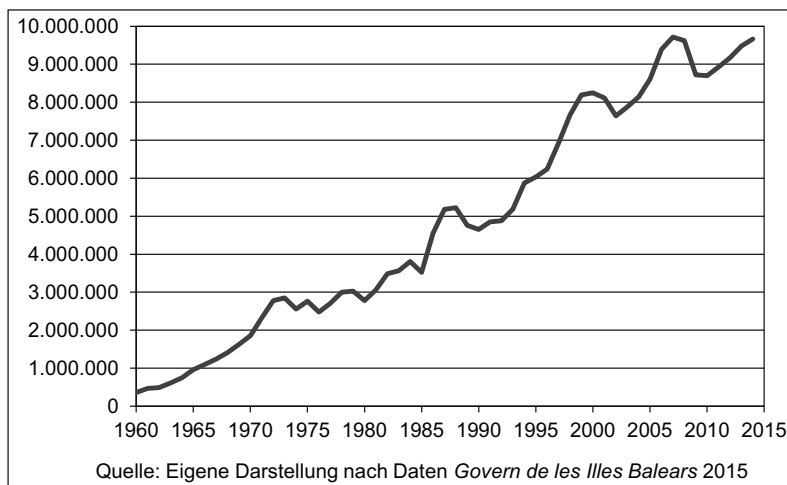


Abb. 2: Entwicklung der Ankünfte auf Mallorca zwischen 1960 und 2014

ökologischen Herausforderungen, die seit spätestens Anfang der 1980er Jahre als negative Folgen der schnellen und kaum reglementierten touristischen Erschließung und damit als Grenzen des quantitativen Wachstums sichtbar wurden, noch nicht bewältigt.

Auch wenn in den letzten Jahren erste Anzeichen für eine intensivere Auseinandersetzung mit den negativen ökologischen Folgen des Tourismus erkennbar sind, bleiben die Herausforderungen in den Handlungsfeldern Wasser, Abwasser, Abfall, Zersiedelung und Landschaftsinanspruchnahme sowie Energie und Verkehr weitgehend ungelöst.

Touristisch bedingter Wasserverbrauch

Der touristische bedingte Wasserverbrauch auf Mallorca wird auf etwa 40 Mio. m³ geschätzt; das entspricht etwa einem Drittel des gesamten Trinkwas-



Foto 1: Die Bucht von Platja de Palma (Mallorca) wird inzwischen in der Vor- und Nachsaison intensiv von Fahrradtouristen frequentiert

Fotos: A. Kagermeier

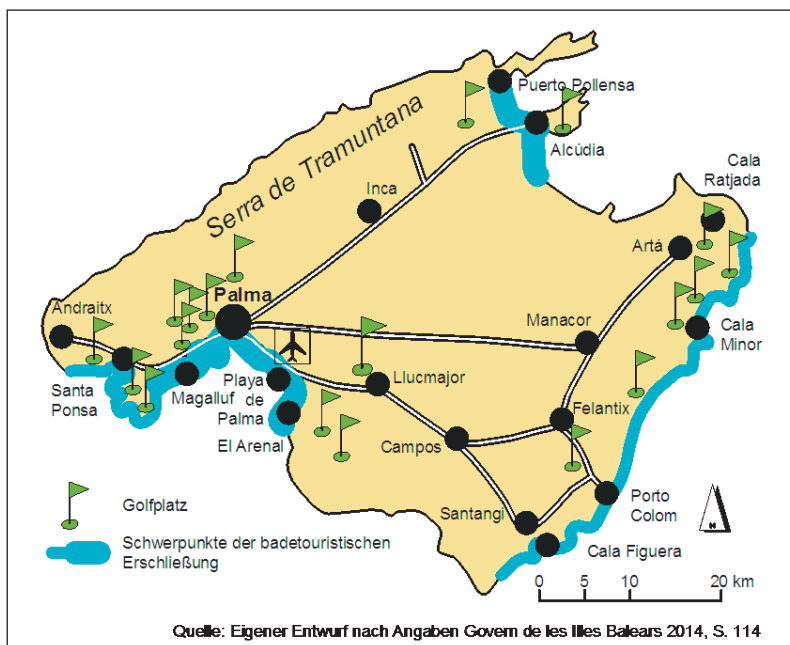


Abb. 3: Golfplätze auf Mallorca 2013

serverbrauchs (Schmitt und Blázquez-Salom 2003, S. 514). Umgelegt auf die etwa 80 Mio. Übernachtungen (inkl. Übernachtungen in Ferienwohnungen; Govern de les Illes Balears 2014, S. 59) werden pro Übernachtung ca. 500 l Wasser konsumiert. Das bedeutet, dass die Möglichkeiten eines systematischen Wassermanagements mit Einsparmöglichkeiten und Brauchwasserrecycling, durch die der Verbrauch auf rund die Hälfte reduziert werden könnte, noch nicht ausgeschöpft sind. Im Gegenteil. Die Orientierung auf den Residenzial- und Golftourismus hat dazu geführt, dass Tourismusformen an Bedeutung zunehmen, die sich durch einen hohen Wasserverbrauch auszeichnen. Vor diesem Hintergrund titelte der Landschaftsökologe und Biogeograph Schmitt 2007 etwas provokativ: „Ballermann war besser“. Der Wasser- und Landschaftsverbrauch der neuen Tourismusformen liegt pro Übernachtung deutlich höher als der in traditionellen Hotelanlagen an der Küste.

Auch der Golftourismus ist eine relativ wasserintensive Tourismusform. Mit dem täglichen Verbrauch von etwa 2000 m³ pro Golfplatz ließen sich eine Siedlung mit etwa 8000 Einwohnern (Schmitt und Blázquez-Salom 2003, S. 514) oder 4000 Touristen versorgen. Mit mittlerweile 23 Golfplätzen (vgl. Abb. 3) weist Mallorca eine Golfplatzdichte wie kaum eine andere Destination auf. Dabei liegen die Golfplätze im Wesentlichen im Umfeld der klassischen küstenorientierten Standorte um die Bucht von Alcúdia, an der Ostküste sowie insbesondere westlich von Palma (dort also, wo der Zweitwohnsitzbau besonders ausgeprägt ist; vgl. Foto 2). Die Nutzung von Grundwasser zur Bewässerung der Golfplätze ließe sich durch eine konsequente Aufbereitung von Abwasser fast ganz vermeiden.

Obwohl auch Golfplätze auf Mallorca inzwischen (zumindest theoretisch) verpflichtet sind, wiederaufbereitetes Brauchwasser zu verwenden, ist die Reinigungsleistung der Kläranlagen oft noch so ungenügend, dass dieses nur partiell geschieht. Letztendlich wäre es auf Mallorca bei entsprechendem politischen Willen denkbar, Golftourismus ohne Belastung des Grundwasser-Aquifers zu betreiben. Immerhin führen die – wenn auch etwas zögerlich – angegangenen Wassermanagementansätze dazu, dass sich die Zunahme des Wasserverbrauchs abschwächt (Neus et al. 2003, S. 66). Bei einer Grundwasserneubildungsrate von ca. 200 Mio. m³ pro Jahr könnte es trotz der hohen Tourismusintensität gelingen, einen Gleichgewichtszustand herzustellen.

Abwasseraufbereitung

Abgesehen von der Meeresverschmutzung ist die Abwasseraufbereitung über Brauchwasserrecycling in Verbindung mit dem Wasserverbrauch zu sehen. Nachdem auf Mallorca bis in die 1970er Jahre hinein der überwiegende Teil der Abwässer ungeklärt in das Mittelmeer eingeleitet wurde, wird inzwischen der größere Teil des Abwasseraufkommens in Kläranlagen erfasst (Schmitt und Blázquez-Salom 2003, S. 515). Doch nur ein Teil der Abwässer wird so gereinigt, dass er für Brauchwasserrecycling genutzt werden kann.

Feste Siedlungsabfälle

Wie bei den Abwässern sind auch bei den festen Siedlungsabfällen viele Anstrengungen zur adäquaten Behandlung unternommen worden, ohne dass diese schon als umfassend einzustufen wären. Zwar wird inzwischen ein erheblicher Teil des Abfallaufkommens verbrannt und nicht mehr unbehandelt auf Deponien abgelagert. Auch zeichnet sich nach starken Zuwächsen in der Vergangenheit langsam ein Einpendeln des Müllaufkommens auf hohem Niveau ab (Neus et al. 2003, S. 66). Damit zeigen die in den letzten Jahren ergriffenen Maßnahmen zur Erhöhung der Recyclingquote eine gewisse Wirkung, doch dabei dürfte es sicherlich noch erhebliche Steigerungsmöglichkeiten geben.

Zersiedelung

Insbesondere der Bau von Zweitwohnsitzen zur Förderung des Residenzialtourismus hat die Zersiedelung und die Landschaftsinanspruchnahme für touristische Zwecke in den letzten Jahren erheblich beeinflusst. Die Bebauung ehemaliger agrarischer Nutzflächen,

aber auch von Garrigue- und Machie-Flächen sowie von Kiefernwäldern ist nach wie vor noch stark ausgeprägt (Schmitt und Blázquez-Salom 2003, S. 510). Ein Ende der Bautätigkeit ist bislang noch nicht erkennbar (Neus et al. 2003, S. 67 f).

Energieverbrauch

Wie der Verbrauch von Wasser bzw. das Aufkommen von Abwasser und Abfall wird der Energieverbrauch auf Mallorca ebenfalls deutlich vom Tourismus geprägt. Auch wenn inzwischen mehr und mehr Solaranlagen zur Brauchwassererwärmung installiert werden, befindet sich die Erzeugung von Strom aus Photovoltaikanlagen noch in einem sehr frühen Entwicklungsstadium (Schmitt und Blázquez-Salom 2003, S. 510). Die Nutzung von Windenergie, wie sie früher auf Mallorca üblich war, spielt heute keine nennenswerte Rolle.

Verkehr

Auch der aus dem Tourismus resultierende Verkehr schlägt sich auf Mallorca in entsprechenden Belastungen nieder. Nach einer langen Phase der Fokussierung auf den Ausbau der Straßeninfrastruktur wird diese Politik – auch aufgrund von Bürgerprotesten gegen die intensive Landschaftsinanspruchnahme und Versiegelung – inzwischen zumindest zum Teil von einer verstärkten Orientierung an einer angebotsorientierten ÖPNV-Politik abgelöst.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass auf Mallorca in manchen Bereichen – insbesondere bei der Nutzung von Grundwasserressourcen – die Tragfähigkeitsgrenzen deutlich überschritten werden. Trotz erster Ansätze eines Umsteuerns ist der Einfluss von kurzfristigen wirtschaftlichen Interessen oftmals stärker als die Bereitschaft zur Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten. Auch wenn ansatzweise eine Abschwächung der negativen Effekte bzw. ein Einpendeln auf hohem Belastungsniveau erkennbar ist, fehlt immer noch – sowohl bei den Vertretern der Tourismuswirtschaft als auch der Politik – ein umfassender, am Paradigma der Nachhaltigkeit orientierter Handlungsansatz.

Neue Governance-Ansätze in Zypern

Das touristische Angebot in Zypern (im Folgenden wird nur Südypern behandelt) war bislang stark von der Orientierung auf das traditionelle *Sun&Beach*-Segment ausgerichtet (genauer z.B. bei Sharpley 2003). Trotz Anstrengungen zur Produkthanreicherung im Küstenbereich (Golf, Wellness) ist seit der Jahrtausendwende eine Stagnation der Nachfragezahlen zu konstatieren (vgl. Abb. 4). Wie in anderen Mittelmeerdestinationen sollen daher im Zuge einer Produktdiversifizierung neben dem in der Reifephase angekommenen *Sun&Sea*-Segment auch die touristischen Potentiale im Hinterland der Insel in Wert gesetzt werden (Sharpley 2003). Beim badetouristischen Produkt wird – entsprechend den fordistischen *Economies of Scale* – vor allem auf große Volumina zur Schaffung von Kostendegression und Wettbewerbsvorteilen gesetzt. Bei diesem relativ einfachen und standardisierten Produkt können einzelne Unternehmen einen



Foto 2: Die Bucht von Andratx (Mallorca) ist eines der Beispiele einer exzessiven Bebauung mit hochwertigen Zweitwohnungen im Rahmen des Residencialtourismus

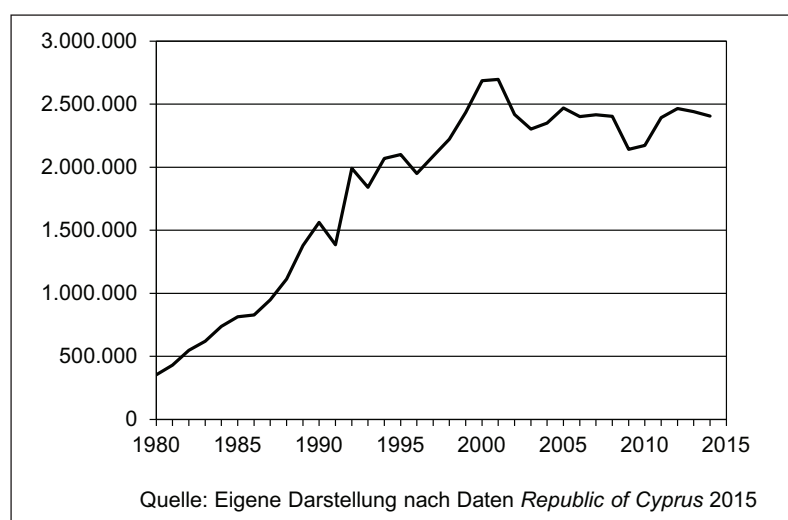


Abb. 4: Entwicklung der Touristenankünfte in Zypern 1980 bis 2014

großen Teil der (wenig komplexen) touristischen Servicekette alleine bestreiten.

Die Entwicklung von kleinteiligen, qualitätsorientierten Tourismusprodukten zur Produktdiversifizierung im Mittelmeerraum kann als eine Wende in Richtung post-fordistische Produktionsweisen verstanden werden. Bei touristischen Produktlinien wie dem Wander- und Fahrradtourismus, dem Weintourismus oder bei kulinarischen touristischen Angeboten sowie im Agrotourismus (vgl. Foto 3) schaffen vor allem die sog. *Economies of Scope*, d.h. Netzwerk- und Fühlungsaspekte, Wettbewerbsvorteile. Gleichzeitig handelt es sich – verglichen mit dem Badetourismus – um komplexere Produkte, die im Wesentlichen nicht mehr nur von einem einzelnen Akteur erstellt werden können. Vielmehr erfordern sie oftmals eine intensive Interaktion zwischen einer größeren Zahl von Akteuren.

Die *Destination Governance*-Strukturen in Zypern waren – wie in vielen anderen Mittelmeerdestinationen – in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von einer klaren *top down*-Struktur geprägt; horizontale Bezüge innerhalb der regionalen Destinationen waren nur schwach ausgeprägt. Die konkrete Produktgestaltung beim einfachen



Foto 3: In Zypern operieren Anbieter von agrotouristischen Produkten meist isoliert und ohne Unterstützung der nationalen oder regionalen DMOs

standardisierten Produkt der Bade-Pauschalreise lag prioritär in der Hand von Reiseveranstaltern und Hotels. Mit dem „Strategic Plan for Tourism 2000-2010“ wurden nicht nur Ansätze zur Produktdiversifizierung verfolgt, sondern es wurde explizit auch ein Turnaround bezüglich der Governance-Strukturen angestrebt.

Im Zuge der Repositionierung von Zypern sollten regionale Tourismusansätze verfolgt werden (CTO 2000, S. 7). Hierzu wurden Teilräume der Insel als regionale (Sub-)Destinationen ausgegliedert. Die sechs ausgewiesenen Tourismusregionen lehnen sich jedoch stark an die administrative Gliederung der Distrikte an (vgl. Abb. 5), so dass das Hinterland zum großen Teil einem der vier badetouristischen Schwer-

punkte Agia Napa, Larnaka, Limmassol und Paphos zugeschlagen wurde. Lediglich der Nicosia-Distrikt wurde in das Troodos-Gebiet und die Hauptstadt selbst aufgeteilt. Die schwache Performance des zypriotischen Tourismus im letzten Jahrzehnt stellt den Erfolg der neu geschaffenen Governance-Strukturen allerdings in Frage. Einer der Gründe hierfür ist sicherlich der Zuschnitt der regionalen Destinationen, die eben dem Grundprinzip von Bieger und Berritelli (2013, S. 62) nicht entsprechen, dass Destinationen aus Sicht der Touristen (d.h. auch entsprechend den Produktlinien) abzugrenzen sind. Abgesehen von der Troodos-Region perpetuiert sich die Abhängigkeit des Hinterlands von den etablierten Küstenstandorten als Ergänzungsgebiet für (Tages-)Ausflüge (vgl. Foto 4). Die Zahl der Übernachtungen im Hinterland ist in den letzten 15 Jahren kaum angestiegen.

Die neu gegründeten regionalen Organisationen zum Destinationsmanagement (DMOs) verfügen auch nicht über eine eigenständige finanzielle Ausstattung zur Erfüllung ihrer Aufgaben, sondern sind vollkommen von (geringen) Zuweisungen der zentralen Cyprus Tourism Organisation (CTO) abhängig. Gleichzeitig führen die geringe Erfahrung der Akteure im Hinterland mit den touristischen Produkten und das Fehlen von entsprechenden Capacity Building-Maßnahmen dazu, dass dort zwar eine Reihe von lokalen Initiativen ergriffen wird, diese jedoch als nur partiell professionell einzustufen sind (genauer bei Kagermeier 2014).

Diese Problematik besteht – wenn auch graduell abgestuft – in den meisten anderen mediterranen Destinationen. Letztendlich ist auch der Diversifizierungsprozess in Mallorca vor allem in den Bereichen (Golf-, Residencial- und nautischer Tourismus) erfolg-

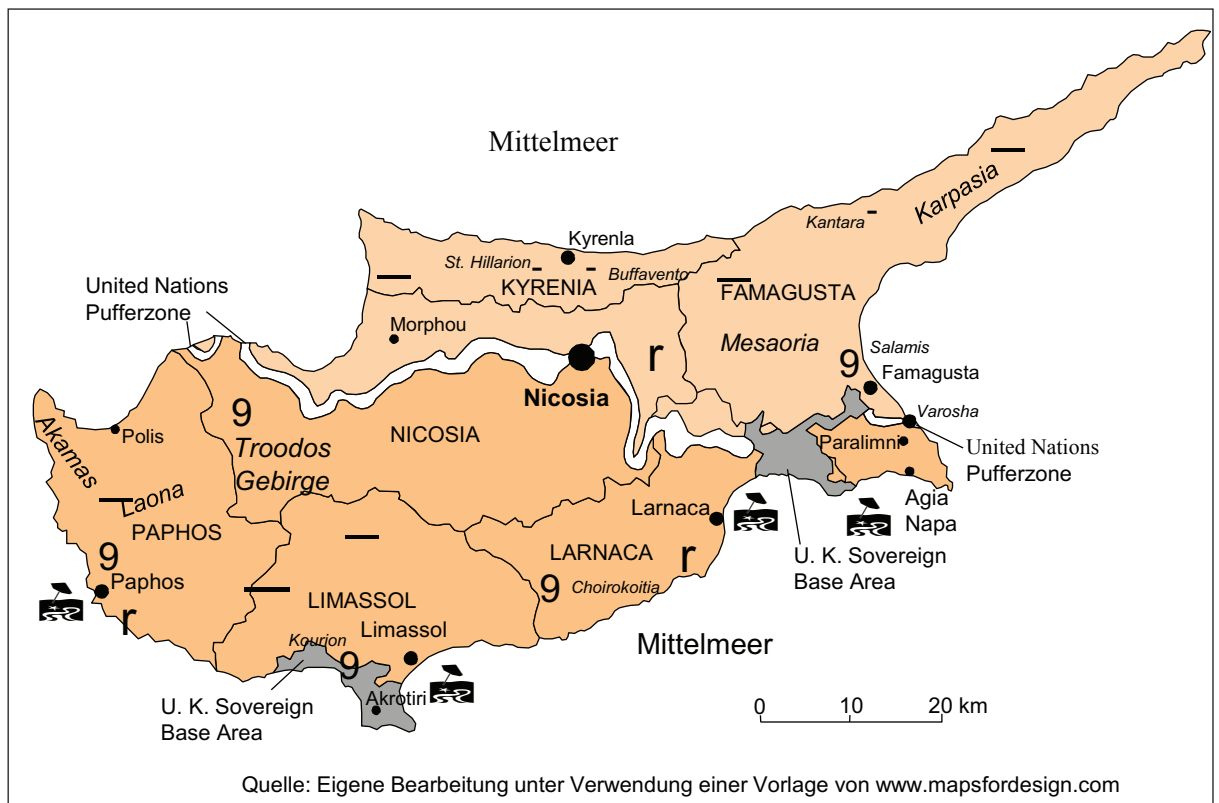


Abb. 5: Karte der touristischen Regionen Zyperns

reich, in welchen noch mehr fordistische Produktionsweisen dominieren. Darüber hinaus profitiert Mallorca im mediterranen Vergleich von einem der höchsten Erschließungsgrade bei der Flugreichbarkeit. Die Entwicklungen im Finkatourismus, Wander- und Fahrradtourismus sind damit stärker nachfragegetrieben und können die – natürlich auch in Mallorca vorhandenen – *Governance*-Schwächen etwas überdecken.

Tourismus im Mittelmeerraum zu Beginn des 21. Jhs.

Auch wenn sich in den letzten beiden Jahrzehnten andere Destinationen teilweise dynamischer entwickelten, bleibt der Mittelmeerraum nach wie vor die global wichtigste Großdestination. Insbesondere angesichts sich verändernder und ausdifferenzierender Nachfragemuster muss allerdings festgehalten werden, dass der küstenständige Badetourismus als zentrale *Cash Cow* des Mittelmeertourismus seinen Zenit deutlich überschritten hat. Zu Beginn des 21. Jhs. ist zu konstatieren, dass die mediterranen Zielgebiete zwar teilweise intensiv an Produktdiversifizierungen zur Rejuvenation der Destinationen arbeiten. Doch diese Umstellung geht – neben



Foto 4: Die zentrale Schaffung von Weinrouten in Zypern perpetuiert die touristische *top down*-Planung und die Abhängigkeit des Hinterlands von den badetouristischen Schwerpunkten

der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten – mit großen Anforderungen an die Destination Governance einher, für die neue Strukturen entwickelt und implementiert werden müssen. III

SUMMARY

Tourism in the Mediterranean Region. Between Limits of Growth and Rejuvenation of Products

by Andreas Kagermeier

The riparian states of the Mediterranean Sea are the most important global tourism region. The Mediterranean destinations are at the same time confronted with two main challenges, both related to Butler's Destination Life Cycle model in the maturity phase of stagnation: first, to tackle the growth limits which are reached due to the intense touristification; second, the classic Sun&Sea product shows significant stagnation tendencies. Mitigation strategies are on the one hand necessary in order to prevent (further) degradation of destinations and to gain a longer lasting sustainable basis. On the other hand adaptation strategies are needed, to induce a rejuvenation of the destinations with approaches to product innovation and diversification. This change can be characterised as the paradigmatic transition from Fordist to post-Fordist production schemes. This transition implies especially challenges for the destination governance approaches. In the article the basic structures of the Mediterranean tourism are presented briefly. Subsequently, the challenge of dealing with the growth limits and thus the mitigation approaches are discussed using Majorca, the most important "hot spot" of Mediterranean tourism, as a case study. Using the example of Cyprus, the necessity of adaptation by the implementation of new governance approaches is discussed.

LITERATUR

- Bieger T., und P. Beritelli (2013): Management von Destinationen. München
- Butler, R.W. (1980): The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24, S. 5-12
- Eurostat (2014): Eurostat regional yearbook 2014. Luxemburg
- Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme i Esports. Agència de Turisme de les Illes Balears (2014): El Turisme a les Illes Balears. Anuari 2013. Palma
- Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme i Esports. Agència de Turisme de les Illes Balears (2015): Estadístiques del turisme. Indicadors de demanda turística. Palma
- Kagermeier, A. (2014): Challenges in achieving leadership structures for repositioning the destination Cyprus. *Tourism Review* 69, S. 158-170
- Kagermeier, A. (2015): Tourismusgeographie. Einführung. Konstanz, München
- Kulinat, K. (1991): Fremdenverkehr in den Mittelmeerländern. Konkurrenten mit gemeinsamen Umweltproblemen. *Geographische Rundschau* 43, S. 430-436
- Neus, A. et al (2003): El quart boom ? Tendències de consum de recursos naturals a les Illes Balears: *Revista de Geografia* (2), S. 61-77
- Republic of Cyprus, Ministry of Finance, Statistical Service (2015): Tourism – Key Figures. Nicosia
- Schmitt, T. (2007): Qualitätstourismus auf Mallorca: „Ballermann“ war besser. *RUBIN Wissenschaftsmagazin Ruhr-Universität Bochum, Sonderheft* (2), S. 20-27
- Schmitt, T., und M. Blázquez-Salom (2003): Der dritte Tourismusboom auf Mallorca (1991-2000) – zukunftsweisender Trend oder überschrittener Zenit? *Tourismus Journal* 7, S. 502-522
- Sharpley, R. (2003): Tourism, Modernisation and Development on the Island of Cyprus: Challenges and Policy Responses. *Journal of Sustainable Tourism* 11, S. 246-265
- UNWTO, United Nations World Tourism Organisation (2014): Tourism Highlights. 2014 Edition. Madrid
- UNWTO, United Nations World Tourism Organisation (2015): Tourism Statistics 1995-2013. Madrid. www.e-unwto.org

AUTOR

Professor Dr. ANDREAS KAGERMEIER, geb. 1960
 Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier,
 Universitätsring 15, 54286 Trier
andreas.kagermeier@uni-trier.de
 Arbeitsgebiete/Forschungsschwerpunkte:
 Tourismusentwicklung und Destinationsmanagement,
 Städtetourismus, Mobilität, Nordafrika