

Regionalwirtschaftliche Effekte staatlich geförderter Tourismusprojekte in Marokko und Tunesien

0. Einleitung

Der Fernreisetourismus war in den letzten 40 Jahren ein stetig wachsender Wirtschaftszweig und die Prognosen gehen davon aus, dass er dies auch in Zukunft bleiben wird. Viele Ländern außerhalb der OECD-Staaten haben deshalb in der Vergangenheit versucht den Tourismus zu fördern und ihre touristischen Kapazitäten auszubauen, wobei die primären Motivationen zumeist die erwartete Rolle als Devisenbringer und für die Schaffung von Arbeitsplätzen waren. Nachdem eine ganze Reihe von Staaten inzwischen fest als Zielländer des internationalen Fernreisetourismus etabliert sind, ist seit einiger Zeit zu beobachten, dass versucht wird, die touristische Erschließung auch als Mittel zur Regionalentwicklung zu instrumentalisieren.

Klassisches Beispiel hierfür ist Mexiko, in bereits Mitte der 70er Jahre ein Programm zum Ausbau von neuen Tourismusdestinationen aufgelegt wurde. Dabei handelte es sich nicht nur um eine staatlich formulierte Zielvorstellung, sondern es wurden auch in erheblichem Umfang staatliche Vorleistungen erbracht, und eine zentrale Stelle zur Planung, Durchführung und Evaluierung der Erschließungsprojekte geschaffen (vgl. SPEHS 1990; VORLAUFER 1996a).

Als Fallbeispiele für die hier vorgestellte Studie 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 (*Société d'Aménagement et de Développement Touristique de Tabarka* o.J.; *Office national du Tourisme tunisien* 1979).

In Marokko betrifft der unter regionalentwicklungspolitischen Gesichtspunkten betriebene Ausbau des Tourismus vor allem den präsaaharischen 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 (*Steigenberger Consulting* et al. 1975, *Royaume du Maroc* 1977).

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 Touris-

musprojekte 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.

Vor der Behandlung der beiden Fallbeispiele sollen zum Verständnis der Ausgangssituation kurz die Grundprinzipien der touristischen Erschließung und der Nachfrageentwicklung in den beiden Maghreb-Staaten skizziert werden.

1. Grundzüge der Tourismuspolitik und der Nachfrageentwicklung in Tunesien und Marokko

Wie viele andere Staaten der Dritten Welt haben auch die beiden 1956 unabhängig gewordenen Staaten Tunesien und Marokko entsprechend dem damals vorherrschenden modernisierungstheoretischen Paradigma den Tourismus als Instrument gesehen, eine an den westlichen Industrieländern orientierte nachholende Entwicklung zu erreichen. In den ersten Jahren hat die staatliche Seite in beiden Ländern in erheblichem Maß auch direkt in die Beherbergungsinfrastruktur investiert. Seit den 70er Jahren beschränkt sich das staatliche Engagement vor allem auf die Bereitstellung der öffentlichen Infrastruktur und die Gewährung von Investitionshilfen.

Dabei konzentrierte sich die staatlich geförderte touristische Erschließung in Tunesien vor allem auf den Badetourismus. Entlang der Küste wurden fünf touristische Erschließungszonen festgelegt (Bizerte, Tunis-Banlieue, Hammamet/Nabeul, Sousse/Monastir und Jerba/Zarzis) und die privaten Investitionen auch durch die dort gewährten weitgehenden Steuerbefreiungen und zinsgünstige Kredite in diese Entwicklungszonen gelenkt. Die touristische Erschließung Tunesiens zeichnete sich damit lange Zeit durch eine starke räumliche Konzentration auf wenige Standorte und eine starke Ausrichtung auf den Badetourismus aus. Dies wird bei der Darstellung der räumlichen Verteilung der Bettenkapazität in Abbildung 1 deutlich.

Demgegenüber wurde vom marokkanischen Staat neben dem Badetourismus als zweites Standbein immer auch der Rundreisetourismus berücksichtigt. Die staatlichen Investitionen in die Hotelinfrastruktur erfolgten dementsprechend auch im Binnenland, in Gebieten mit Angebotslücken. Der Ausbau touristischer Basisinfrastruktur (zu denen z.B. auch Hotelfachschulen zählen) streut in Marokko gleichfalls räumlich sehr viel weiter als in Tunesien.

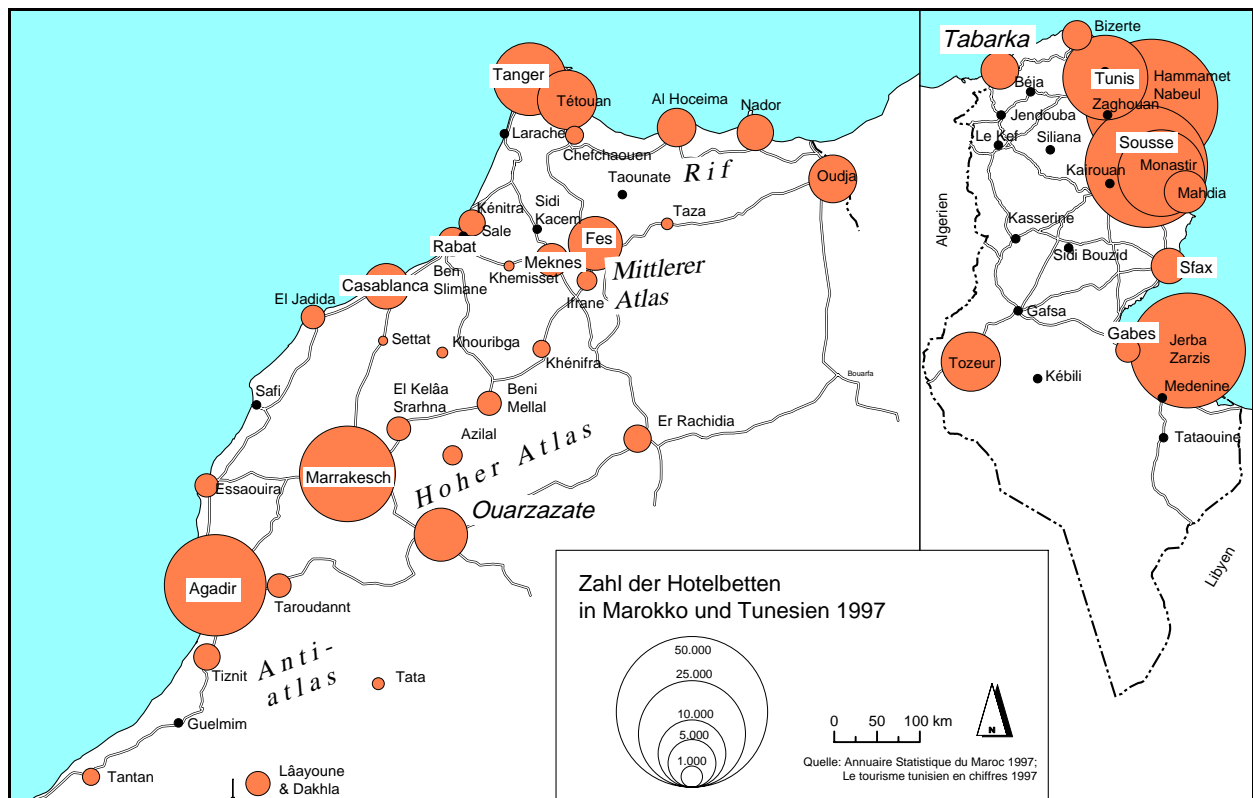
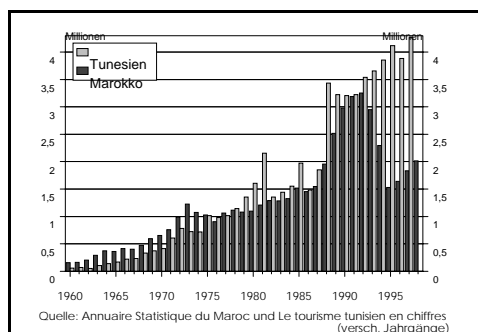


Abb. 1: Räumliche Verteilung der Beherbergungskapazitäten in Marokko und Tunesien 1997

Entsprechend dem Ausbau der touristischen Infrastruktur ist in beiden Maghrebstaaten in den letzten 30 Jahren ein erheblicher Anstieg der Touristenzahlen zu verzeichnen gewesen. Abbildung 2 zeigt die Entwicklung der Einreisezahlen von Ausländern für Tunesien und Marokko. Bewegten sich die Einreisezahlen Mitte der 60er Jahre noch zwischen 200.000 bis 400.000 Personen pro Jahr, wurden Mitte der 70er Jahre in beiden Ländern bereits etwa 1 Million Einreisen registriert. Ende der 80er Jahre lagen die Werte in der Größenordnung von 2 Millionen Einreisen.

Abb. 2: Entwicklung der Einreisen von Ausländern nach Marokko und Tunesien zwischen 1960 und 1998



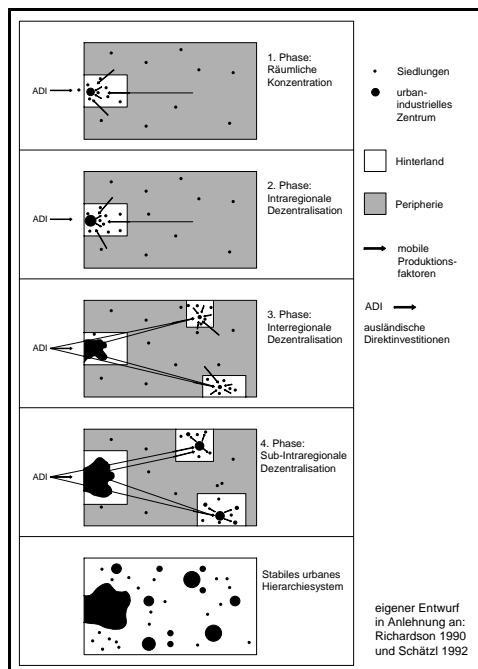
Dieses einheitliche Bild einer kontinuierlichen und relativ gleichmäßigen Zunahme wird seit Ende der 80er Jahre von stärkeren Ausschlägen der Einreisezahlen abgelöst. Diese Oszillationen sind allerdings weniger durch Schwankungen der europäischen Nachfrage bedingt, sondern auf Schwankungen des innermaghrebischen Reiseaufkommens zurückzuführen. Bei den Einreisen aus den Nachbarländern (Algerien und Libyen)¹⁾ handelt es sich zum großen Teil nicht um touristisch motivierte Grenzübertritte. Die europäische Nachfrage ist – sieht man einmal vom Golfkriegsjahr 1991 ab – in den letzten Jahren relativ stabil bzw. kontinuierlich steigend gewesen.

1) So war während des zwischen 1988 und Anfang 1999 verhängten Luftverkehrsembargo gegenüber Libyen eine Einreise nur via Tunesien möglich und die Ende der 80er Jahre stark angestiegenen Einreisen aus Algerien nach Marokko sind seit der Schließung der Grenzen Mitte der 90er Jahre wieder unterbunden worden.

2. Touristische Projekte als Instrument der Regionalentwicklung

Wie in vielen Staaten, die in historischer Zeit unter dem Einfluß europäischer Mächte gestanden hatten, ist auch in Marokko und Tunesien eine starke Polarisierung der räumlichen Entwicklung vorhanden gewesen, die in starkem Maß auf die kolonialzeitlichen Einflüsse zurückzuführen ist. RICHARDSON (1980) hat die Hypothese aufgestellt, dass eine solche Phase der Polarisierung eine normale Zwischenstufe im Verlauf der wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes von der vorindustriellen zur postindustriellen Gesellschaft darstellt (vgl. Abb. 3). Allerdings sei es möglich, die Polarisierungsumkehr durch staatliches Handeln zu beschleunigen, d.h. intra- und interregionale Dezentralisationen vorzeitig zu initiieren.

Abb. 3: Schema des Polarization-Reversal-Prozesses im Verlauf der urban-industriellen Entwicklung von Staaten



Entsprechend dieser Annahme wurden in beiden Staaten zur Förderung der Polarisierungsumkehr eine Vielzahl von unterschiedlichen Maßnahmenbündeln unternommen. Zu diesen gehören klassische Maßnahmen wie staatliche Industrialisierungsprojekte, der Ausbau der Infrastruktur, regional differenzierte steuerliche Vergünstigungen für private Investitionen, aber auch mehr indirekt wirkende Maßnahmen wie der Ausbau der Verwaltung und die administrative Aufwertung vieler Klein- und Mittelstädte, die ebenfalls in diesem Kontext zu sehen sind (vgl. KAGERMEIER 1990). Ziel all dieser Maßnahmen war, wirtschaftliche Impulse auf der Basis der vorhandenen Potentiale zu vermitteln. In einigen Regionen, in denen die Möglichkeiten zur Förderung der Industrialisierung oder der Erweiterung der landwirtschaftlichen Basis sehr begrenzt sind, wurden demgegenüber große Potentiale für eine touristische Entwicklung gesehen (*Royaume du Maroc* 1977). Dies betraf in beiden Ländern den prä-saharischen Süden des Landes und einige noch nicht touristisch erschlossene mediterrane Küstenabschnitte.

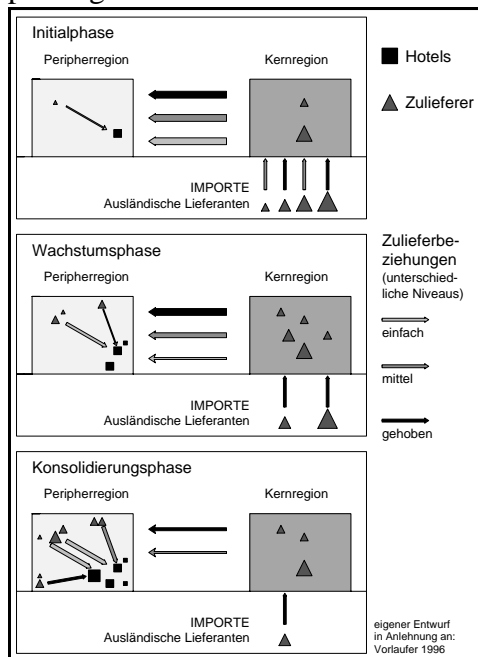
Die Förderung eines Wirtschaftssektor in einer Peripherie-region zielt dabei nicht nur auf die damit verbundenen direkten Effekte ab. Entsprechend den Annahmen von PER-

ROUX (1955) sollen die initiierten Projekte über die Ausbildung von *forward-* und *backward-linkage*-Effekten als Wachstumspole fungieren und durch diese indirekten Auswirkungen die Effizienz der eingesetzten Mittel noch erhöhen. Allerdings haben sich die erhofften *linkage*-Effekte bei der staatlichen Industrialisierungspolitik zumindest in Marokko nur in begrenztem Umfang eingestellt (vgl. ESCALLIER 1982). Wie in anderen mediterranen Ländern sind teilweise „Kathedralen in der Wüste“ (ROTHER 1982, S. 159 vgl. auch HOPFINGER 1982) entstanden, für die sich aufgrund des Entwicklungsstandes im Umland kaum Anknüpfungspunkte ergaben, d.h. die Implantation von hochkomplexen Produktionsanlagen überforderte die lokalen Akteure und gab ihnen nur in geringem Umfang die Möglichkeiten, an die gebotenen Verflechtungspotentiale anzuknüpfen.

Auch bei der Initiierung von Tourismusprojekten ist zu vermuten, dass sich in einer Anfangsphase regionalwirtschaftliche Verflechtungen nur partiell ausbilden. VORLAUFER (1996b; vgl. Abbildung 4) geht davon aus, dass bei der Schaffung eines touristischen Entwicklungsprojektes zunächst noch die wirtschaftliche Kernregion des Landes profitiert, bzw. – je nach Entwicklungsstand der jeweiligen Volkswirtschaft – auch Verflechtungsbeziehungen mit dem Ausland in größerem Umfang ausgebildet werden. Hintergrund hierfür ist die Tatsache, dass die Regionalökonomie in Peripherie-regionen häufig nicht ausreichend mit den für einen Aufbau von Verflech-

tungsbeziehungen benötigten Faktoren (Kapital, Know-how, Produktionskapazitäten) ausgestattet ist. Allerdings sind die Anknüpfungsmöglichkeiten bei Tourismusprojekten prinzipiell günstiger einzustufen als bei Industrialisierungsprojekten, da die Schwellen hinsichtlich benötigtem Kapital und Know-how im allgemeinen niedriger liegen.

Abb. 4: Schema der Ausbildung von backward-Linkage Effekten bei der touristischen Erschließung von Peripherregionen



Nachdem auch bei touristischen Erschließungsprojekten zumindest in der Anfangsphase ein erheblicher Teil der entstehenden Verflechtungsbeziehungen auf die wirtschaftlichen Kerngebiete des jeweiligen Landes ausgerichtet sind, nimmt VORLAUFER an, dass in späteren (Reife-) Phasen die externen Verflechtungen sukzessive durch regionsinterne Beziehungen substituiert werden (vgl. Abb. 4).

Zur Bewertung touristischer Erschließungsprojekte sind folglich zwei Aspekte zu berücksichtigen:

- 1) in welchem Maß die Projekte aus betriebswirtschaftlicher Sicht insgesamt als rentabel und gelungen anzusehen sind und
- 2) in welchem Maß die Projekte regionalwirtschaftliche Verflechtungen ausgebildet haben, bzw. Anknüpfungspunkte für regionale Aktivitäten vorhanden und Ansätze der Beteiligung lokaler und regionaler Akteure erkennbar sind.

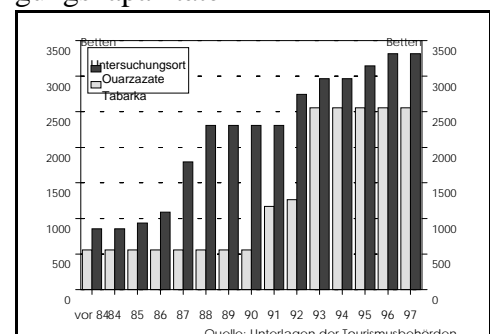
Für die Gesamtevaluierung ist die Summe aus beiden Bereichen zu berücksichtigen. Ein wirtschaftlich florierendes Projekt, dessen Aufbau und Funktionieren ausschließlich über Zuflüsse von Kapital, Material und Arbeitskraft aus

anderen Räumen gewährleistet wird, und aus dem folglich die erwirtschafteten Werte in hohem Maß wieder in die Quellgebiete zurückfließen, ist zwar rein betriebswirtschaftlich gesehen positiv zu bewerten, aus dem Blickwinkel der Peripherregion (und auch des Gesamtstaates) aber als suboptimal einzustufen. Umgekehrt besitzt ein Projekt, dass ausschließlich aus regionalen Initiativen gespeist wird, aber insgesamt gesehen ein relativ geringes Volumen aufweist, zwar einen hohen Grad der regionalökonomischen Einbindung, ist aber aufgrund des geringen Gesamtumfangs ebenfalls als nicht optimal anzusehen.

3. Basisangaben zur touristischen Erschließung von Ouarzazate und Tabarka

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. Aufgrund von Verzögerungen beim Projektstart ist allerdings der Großteil der Bettenkapazitäten in Tabarka erst Anfang der 90er Jahre geschaffen worden, während die Bauphase in Ouarzazate bereits Mitte der 80er Jahre einsetzte (vgl. Abb.5).

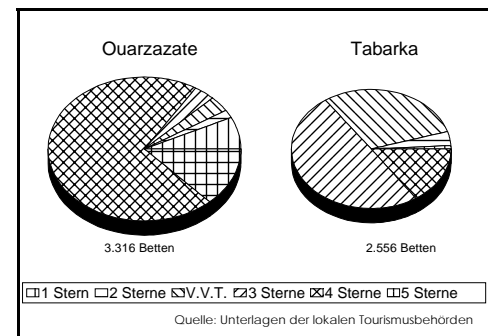
Abb. 5: Entwicklung der Beherbergungskapazitäten



In Ouarzazate wurden vor allem Hotels erstellt, die auf einen luxurorientierten hochwertigen Tourismus abzielen (vgl. Abb. 6). 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 Abbildung 6) 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 1997 ziemlich genau 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.

Abb. 6: Zahl der Betten nach Hotelklassifikationen in Ouarzazate und Tabarka 1997



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 Herbstsaison 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 Badetourismus nur in den Sommermonaten möglich ist. Damit ergibt sich im Jahresmittel für 1997 nur eine durchschnittliche Auslastung von 37,4 %, die deutlich niedriger liegt als der gesamtunesische Mittelwert von 52,7 %. 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.

In beiden untersuchten Fallbeispielen wurden die Projekte zwar von staatlicher Seite initiiert, in der konkreten Umsetzungsphase aber nicht mehr intensiv begleitet. So beschränkte sich in Ouarzazate die Rolle der öffentlichen Hand im wesentlichen auf die Bereitstellung der entsprechenden Flächen. Abgesehen von der Einrichtung einer Hotelfachschule und dem Ausbau der Versorgungsinfrastruktur von Strom, Wasser und Straßen sind bislang von öffentlicher Seite kaum ergänzende Maßnahmen unternommen worden. In Tabarka hatte eine private Entwicklungsgesellschaft die zu entwickelnde Tourismuszone zu günstigen Konditionen von der öffentlichen Hand übernommen. Diese ist im wesentlichen an der Vermarktung der Flächen interessiert gewesen und nur in beschränktem Umfang darauf ausgerichtet, die weitere Entwicklung der Destination unterstützend zu begleiten. Bereits an dieser Stelle kann aufgrund der in beiden Fällen niedrigen Auslastungsquoten vermutet werden, dass Defizite im Inwertsetzungsprozeß aufgetreten sind.

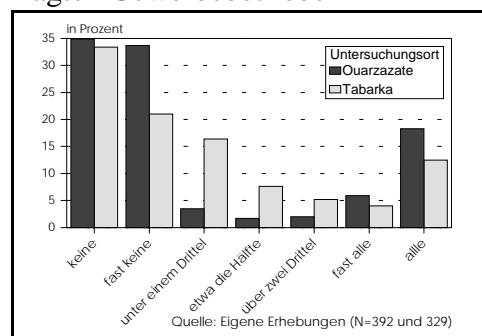
4. Wirtschaftliche Effekte der touristischen Erschließung

Für die Abschätzung der auf die touristische Erschließung zurückzuführenden wirtschaftlichen Effekte konnte kaum auf Sekundärquellen zurückgegriffen werden. Daher mußten – unter Mithilfe von marokkanischen und tunesischen Studenten – jeweils vor Ort Befragungsaktionen durchgeführt werden, die im Frühjahr und Sommer 1997 stattfanden. Bei der Befragung der Gewerbebetriebe in der Stadt 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 einbezogen werden konnten, sind die der Quartiersversorgung dienenden Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen in den Wohngebieten deutlich unterrepräsentiert. Insgesamt wurden Interviews mit den Inhabern von 413 Gewerbebetrieben durchgeführt.

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.

4.1 Tourismusbezug der Gewerbebetriebe

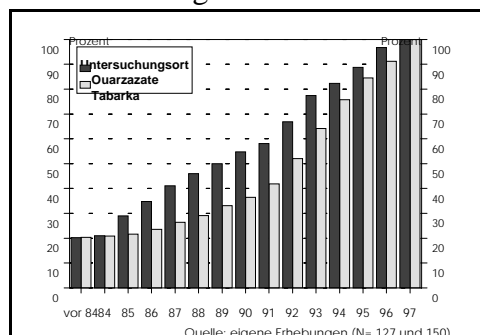
Abb. 7: Touristenanteile in den befragten Gewerbebetrieben



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. 7). 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 Übernachtungen 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.

Abb. 8: Eröffnungszeitpunkte der touristisch ausgerichteten Betriebe

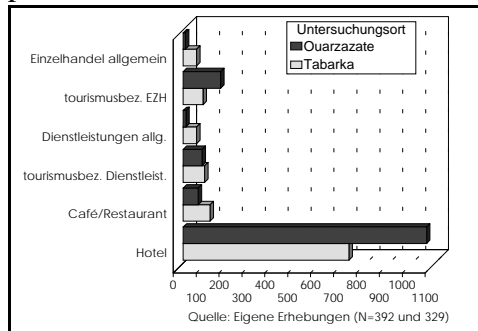


Auch wenn es in beiden Orten bereits vor dem staatlich propagierten Ausbau der Beherbergungskapazität einige touristisch ausgerichtete Gewerbebetriebe gab, die dort aufgrund des bereits früher vorhandenen touristischen Ansätze tätig waren, zeigt die kumulierte Darstellung der Eröffnungszeitpunkte deutlich, dass der Großteil der auf den Tourismus ausgerichteten Betriebe erst nach der dem Einsetzen des Hotelbaubooms entstanden ist, d.h. in Ouarzazate seit Mitte der 80er Jahre und in Tabarka seit Anfang der 90er Jahre.

4.2 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 Abbildung 9 dargestellt.

Abb. 9: Tourismusbedingte Arbeitsplätze nach Branchen



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 mittleren Chargen aus der näheren Umgebung stammen.

4.3 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.

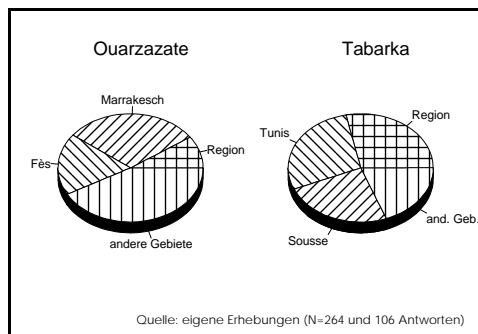
4.4 Auswirkungen in vor- und nachgelagerten Bereiche

Abgesehen von den Gewerbebetrieben, deren Angebot direkt an die Touristen vermarktet wird, sind bei der Ermittlung der regionalökonomischen Effekte in einem zweiten Schritt auch diejenigen Betriebe zu berücksichtigen, welche 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 Bauphase 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.

Abb. 10: Herkunft der verkauften Souvenirs und Kunsthandwerksprodukte



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 (vgl. Abb. 10). In beiden Fällen wird ein weitestgehend standardisiertes Souvenirangebot vorgehalten, 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. Der höhere Anteil von aus der Region stammenden Souvenirartikeln in Tabarka resultiert daraus, dass das Hinterland seit

längerem eines der wichtigsten Gebiete Tunesiens für die Produktion von Holzschnitzereien ist, während in der Region Ouarzazate nur in sehr bescheidenem Maß kunsthandwerkliche Aktivitäten vorhanden waren. In beiden Fällen ist allerdings kein stark ausgeprägter positiver Effekt auf die regionale Produktion festzustellen gewesen, da der regionale Absatz nur einen kleinen Teil des Gesamtabsatzmarktes darstellt. 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 den jeweiligen nationalen agrarischen Gunsträumen. Damit ist der Beschäftigungseffekt in diesem Bereich äußerst gering. 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 große 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 insgesamt 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 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 (vgl. z.B. *Royaume du Maroc* 1979, S. 76 bzw. 1993, S. 23 und *Republique Tunisienne* 1997, S.11). 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 Beispielregionen 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.

5. Zusammenfassende Schlußbetrachtung

Bei der Entwicklung von neuen Tourismusdestinationen in Marokko und Tunesien konnten beachtenswerte Teilerfolge erzielt werden. 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. 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. 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 verstärkenden 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.
- 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. Während Marokko eine skeptische Haltung gegenüber ausländischen Investoren einnahm, d.h. diese gar nicht erwünscht waren, zeichnet sich umgekehrt im tunesischen Fallbeispiel ab, dass internationales Engagement bei der touristischen Entwicklung von Peripherregionen nicht von selbst kommt. Erst nachdem das Projekt Tabarka seit einigen Jahren läuft und vom tunesischen Staat offensiv um ausländische Investitionen geworben wird, sind z.B. konkrete Pläne vorhanden, dass sich deutsche Veranstalter auch investiv einbringen.
- 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.
- 5) **Unzureichende Vermarktung:** 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 Fallbeispielen Ansätze für verstärkte regionsbezogene Werbeaktivitäten erkennbar sind, ist deren Umfang insgesamt noch sehr gering. Dabei stellte sich allerdings als Handicap heraus, dass sowohl die extraregionalen als auch die kleinen lokalen Investoren nur begrenzt Bereitschaft zu einem diesbezüglichen Engagement zeigen. Damit käme den Behörden vor Ort die Rolle zu, als Motor für regionalbezogene Marketingaktivitäten zu fungieren. Auch wenn die Bedeutung solcher Aktivitäten durchaus erkannt wird, sind die Vertreter der Administration nur partiell und zögernd bereit, entsprechend tätig zu werden.
- 6) **Angebote zur Gestaltung der Aufenthalte:** Abgesehen von der notwendigen Mobilisierung der Nachfrage sind natürlich auch konkrete Maßnahmen zur inhaltlichen Füllung der Urlaubsauf-

enthalte 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 zur Saisonverlängerung zu. Bei den meisten der Hotelinhaber herrscht aber 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) Ausflugs- und Aktivitätspotentiale zur Entwicklung eines kultur- und erlebnisorientierten Tourismus festzustellen.

7) Defizite bei der Verkehrsanbindung: In beiden Fällen ist die terrestrische Anbindung an die Kernregionen des Landes (und damit auch die internationalen Verkehrsflughäfen) nicht optimal. Deshalb sind in beiden Fällen zur direkten Fluganbindung an die europäischen Quellgebiete eigene Flugplätze geschaffen worden. Die relativ geringe Größe der Projekte erlaubt allerdings keinen rentablen Linienflugverkehr nach Europa. Während der tunesische Staat hier kompensatorisch eingreift und einige subventionierte Flugverbindungen anbietet, war Ouarzazate lange Zeit nur per Umsteigeverbindungen erreichbar. Auch bei diesem Punkt ergeben sich mögliche positive Effekte des Engagements internationaler Tourismuskonzerne. So wird z.B. Ouarzazate seit 1997 von einem französischen Veranstalter (*FRAM*) direkt von Frankreich einmal pro Woche mit einer Chartermaschine angefliegen. Im Fall von Tabarka haben sich die zwei größten deutschen Reiseveranstalter (*TUI* und *NUR*) zusammengeschlossen und fliegen mehrmals wöchentlich direkt.

Konzeption und Durchführung von touristischen Erschließungsprojekten stellen folglich 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 die 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.

Möglicherweise wäre die Entwicklung günstiger verlaufen, wenn die Erfahrungen aus anderen Staaten in einer Frühphase mit einbezogen worden wären. So waren für den eingangs erwähnten Ausbau von Tourismusschwerpunkten in Mexiko folgende Prämissen aufgestellt worden:

- Koordination der Projekte über einen Zeitraum von 25 Jahren durch eine zentrale Stelle;
- Kontrolle der Maßnahmen vor Ort;
- Betonung der Einbindung der regionalen Bevölkerung;
- kontinuierliche Zwischenevaluierungen durch externe Stellen;
- zentrale internationale Vermarktung der neuen Tourismuszentren (SPEHS 1990, S. 36).

Dabei wurde auch der Einwerbung internationaler Investoren eine wichtige Rolle für eine Art Initialzündung zugemessen. Zumindest im Fall von *Cancun* fungiert der Tourismus inzwischen als regelrechter Motor einer regionalwirtschaftlichen Entwicklung. Dass diese Erfahrungen nicht berücksichtigt wurden ist – zumindest im Fall von Ouarzazate – möglicherweise auch den deut-

schen und französischen Consultingbüros zuzurechnen, die die ersten Studien für die Erschließung des „Großen Südens“ erstellt hatten.

Literaturverzeichnis

- ESCALLIER, Robert (1982): **Le système urbain marocain**. in: Maghreb-Machrek, 96, p. 19-40.
- HOPFINGER, Hans (1982): **Die Entwicklung der raumwirtschaftlichen Disparitäten in Italien und Spanien**. Frankfurt/M. .
- KAGERMEIER, Andreas (1990): **Décentralisation et reorganisation des espaces administratifs au Maroc: Les objectifs et les effets spatiaux**. in: A. BENCHERIFA und H. POPP (Hrsg.): *Le Maroc – espace et société*. – Passau, p. 115 – 124 (= Passauer Mittelmeerstudien, Sonderreihe 1).
- PERROUX, F.(1955): **Note sur la notion de Pôle de Croissance**. In: *Economie Appliquée*, 8, S. 307-320.
- POPP, Herbert (1993): **Tendenzen der Tourismusentwicklung in den Maghrebländern**. in: Struck, E. (Hrsg.): *Aktuelle Strukturen und Entwicklungen im Mittelmeerraum*. Passau (= Passauer Kontaktstudium Erdkunde 3)
- RICHARDSON, Harry W. (1980): **Polarization reversal in developing countries**. In: *Papers of the Regional Science Association*, 45, S. 67-85.
- ROTHER, Klaus (1982): **Das Mezzogiorno-Problem**. In: *Geographische Rundschau*, 34, S. 154-162
- Office national du Tourisme tunisien* (1979): **L'Aménagement dans la région du Nord-Ouest**. Etude de Factibilité.
- Republique Tunisienne. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat* (Hrsg.) (1997): **Le tourisme tunisien en chiffres 1996**. Tunis.
- Royaume du Maroc. Ministère du Tourisme* (Hrsg.) (1977): **Aménagement touristique régions Ouarzazate Rachidia-Tafilalet. Rapport N° 1; Délimitation des Zones d'étude. B: Rapport d'analyse**. (Group d'Ardilly) Paris.
- Royaume du Maroc. Ministère du Tourisme* (Hrsg.) (1979): **Aménagement touristique régions Ouarzazate Rachidia-Tafilalet. Rapport N° 3; Plan d'aménagement de la Zone. Étude préliminaire: scénarios**. (S.E.T.E.C.) Paris.
- Royaume du Maroc. Ministère de l'Intérieur. Province de Ouarzazate* (1993): **Etude d'Aménagement du site du lac Mansour ed Dahbi**. Ouarzazate (*unveröffentlichte Studie*).
- Royaume du Maroc. Premier Ministre. Ministère charge de la population* (Hrsg.) (1997): **Annuaire statistique du Maroc 1997**. Rabat.
- SCHÄTZL, Ludwig (1983): **Regionale Wachstums- und Entwicklungstheorien**. In: *Geographische Rundschau* 35, S. 322-327.
- Société d'Aménagement et de Développement Touristique de Tabarka* (o.J.): **Tabarka. Mille Sites et loisirs**. Tunis.
- SPEHS, Peter (1990): **Neue staatlich geplante Badeorte in Mexiko**. in: *Geographische Rundschau* 42, S. 34-41.
- Steigenberger Consulting et al.* (1975): **Masterplan Touristique du Maroc**. München/Frankfurt.
- VORLAUFER, Karl (1996a): **Mexiko: Regionale Disparitäten, Staat und Tourismus**. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 40, S. 193-223.
- VORLAUFER, Karl (1996b): **Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr**. Darmstadt.