

## TOURISMUSENTWICKLUNG IM RENTENSTAAT AM BEISPIEL VON PETRA, DEM BRENNPUNKT DES JORDANISCHEN TOURISMUS

Mit 6 Abbildungen, 9 Photos und 1 Tabelle

NASIM BARHAM und HORST KOPP

*Summary:* Tourism Development in the Rentier State, demonstrated by the example of Petra as a focal point of Tourism in the Hashemite Kingdom of Jordan

The paradigm of the rentier state implicates the so-called "rent-seeking mentality" of entrepreneurs besides macro-economic, political and social factors. Nevertheless empirical studies of this phenomenon have been the exception up to now. The question remains especially whether even modern sectors of the economy in a rentier state follow the theoretical paradigm or not. – This study on the tourism sector of Jordan, especially on recent developments in Petra, concentrates on the behaviour and the strategies of action of investors. Although the conditions of the tourism sector have become much better since the peace treaty between Jordan and Israel, the study shows that some general aspects of the rent-seeking mentality continue to exist for the time being. So the sector will remain prone to crises instead of being dynamic.

*Zusammenfassung:* Das entwicklungstheoretische Paradigma vom Rentenstaat impliziert nicht nur makroökonomische und gesellschaftspolitische Faktoren, sondern postuliert auch eine "Rent-Seeking"-Mentalität der Unternehmer mit klientelistischen Strukturen. Empirische Studien zu diesem Phänomen sind bisher eher die Ausnahme. Es stellt sich unter anderem die Frage, ob auch relativ moderne Sektoren der Volkswirtschaft in einem Rentenstaat den allgemeinen theoretischen Vorgaben entsprechen. – Am Beispiel des Tourismus-Sektors von Jordanien, konkret an dessen regionalem Schwerpunkt Petra, wird dieser Frage nachgegangen. Dabei steht die Entwicklung der jüngsten Zeit, also nach Abschluss des Friedensvertrages mit Israel, im Vordergrund der Untersuchungen, die vor allem das Verhalten der Investoren in den Blick nehmen. Es kann gezeigt werden, dass sich trotz der deutlichen Verbesserung der Rahmenbedingungen einige grundlegende Aspekte rentenstaatlicher Organisation sowie der „Rentier-Mentalität“ im jordanischen Tourismussektor erhalten haben. Er kann somit auf absehbare Zeit nicht zum dynamischen Sektor werden, sondern wird strukturbedingt krisenanfällig bleiben.

### 1 Einleitung: Zum Tourismussektor im Renten- bzw. Rentierstaat

Jordanien gilt in der einschlägigen Literatur (BIEGEL 1993, 40–41; LINDNER 1998, 204) als typischer „Rentenstaat“ oder mindestens als „Semi-Rentenstaat“ (SCHMID 1991; hier: „Rentier-Staat“). Zweifellos treffen die wichtigsten politischen und volkswirtschaftlichen Kennzeichen des Rentenstaates auf das Königreich zu: Hoher Anteil von Renteneinkommen am BIP bzw. BSP, am Entwicklungsstand gemessen hoher Anteil von Beschäftigten im tertiären Sektor, Ausrichtung der Politik auf Einwerbung externer Mittelzuflüsse, Ausbildung extremer Primacy in der Hauptstadt Amman.

Das entwicklungstheoretische Paradigma des Rentenstaatskonzeptes beinhaltet nicht nur eine Deformation der volkswirtschaftlichen Strukturen und der gesamtgesellschaftlichen Ausrichtung, sondern impliziert – meist unreflektiert – auch die These der Ausbildung einer „Rentier-Mentalität“ insbesondere der Eliten, also auch der einheimischen Unternehmer, im Sinne einer Orientierung am „Rent-Seeking“: Dabei werde das Leistungsprinzip zugunsten von Lobbying außer Kraft gesetzt, die Marktwahrnehmung trete hinter der

Ausrichtung auf „Beziehungen“ zurück (LINDNER 1998, 207). Mangelnde interne Kommunikation oder gar Kooperation der Akteure des Wirtschaftslebens, mangelndes gegenseitiges Vertrauen seien die Folgen. „Rentier-Mentalität“ werde somit zum Entwicklungshemmnis.

Bis heute liegen nur sehr wenige empirische Studien darüber vor, inwieweit Teilspektoren der Wirtschaft eines Rentenstaates und die darin handelnden Unternehmer tatsächlich den meist sehr allgemein gehaltenen Thesen entsprechen. Politikwissenschaftliche Ansätze (z. B. BOECKH u. PAWELKA 1997) berücksichtigen in der Regel nur die gesamtstaatliche Ebene und/oder analysieren internationale Verflechtungen; wirtschaftswissenschaftliche Arbeiten (BHAGWATI 1982; CHATELUS 1985; ELKINS 1994) stellen makroökonomische Strukturen in den Vordergrund. LINDNER (1998) geht hingegen von der Mikro-Ebene des einzelnen Unternehmers aus und kommt für das Beispiel Palästina zu einer deutlich differenzierteren Bewertung.

Der Tourismussektor wurde noch in keinem Falle aus der Sicht der Rentenstaats-Theorie untersucht. Jordanien – und dort vor allem das wichtigste Zentrum des Fremdenverkehrs, Petra – bietet sich für eine solche

Studie aus den anfangs genannten Gründen gut an. Als moderner Sektor einer Volkswirtschaft könnte dem Tourismus die Rolle zufallen, den unnatürlich aufgeblähten tertiären Sektor tatsächlich zu dynamisieren, weil er über vielerlei Kopplungsmöglichkeiten verfügt (Ausbildung, Lieferbeziehungen, Investitionstätigkeit u. a.). Es stellt sich deshalb die Frage, ob dies in einem Rentenstaat tatsächlich möglich ist oder ob Grundstrukturen der politischen Ökonomie und Gesellschaft des Rentenstaates dies verhindern.

Die folgenden Ausführungen gehen von den erkenntnisleitenden Hypothesen aus, dass der Tourismussektor in Jordanien im Wesentlichen vom Staat gesteuert wird und dass die darin handelnden Unternehmer sich weniger am Markt als an staatlichen Incentives ausrichten, also "Rent-Seeker" sind, was eine dynamische Entwicklung des gesamten Sektors eher behindert als fördert. Daneben ist beabsichtigt, ein bisher wenig bearbeitetes Feld regionaler Tourismusforschung genauer darzustellen.

## 2 Tourismus in Jordanien

Der Tourismus gehört weltweit zu den Branchen mit anhaltend hohen Wachstumsraten. Besonders für Entwicklungsländer erscheint er aus vielerlei Gründen geeignet, Wachstum zu initiieren (VORLAUFER 1996). Umso mehr gilt dies für solche Staaten, die kaum über andere wirtschaftlich nutzbare Ressourcen verfügen. Für sie stellt der Tourismus oft die einzige, zumindest aber scheinbar leichteste Möglichkeit dar, die Leistungsbilanz zu verbessern, Arbeitsplätze zu schaffen und über Sekundäreffekte volkswirtschaftliche Impulse auszulösen. Allerdings sehen sich diese Staaten mit ihrem touristischen Potential auf dem inzwischen globalisierten Reisemarkt zwei deutlichen Herausforderungen gegenüber: Zum einen nimmt die Marktkonkurrenz ständig zu, so dass das Angebot entweder besonders herausragend sein oder – sehr flexibel – auf bestimmte Marktnischen reagieren muss, zum anderen bestehen meistens erhebliche Defizite im Bereich der *human resources*. Beide Aspekte bedingen sich gegenseitig und legen nahe, die Angebotsseite an einem besonders prägnanten Beispiel genauer zu analysieren.

In den Grenzen des heutigen Staates Jordanien entwickelte sich eine touristische Infrastruktur nur langsam. Impulse gingen zunächst vorwiegend von staatlichen Institutionen aus; das *Ministry for Tourism and Antiquities* richtete staatliche Rasthäuser an archäologischen Stätten ein und legte damit eine bis heute dominierende Zielgruppenorientierung fest: Nach wie vor wirbt das Land sehr einseitig mit seinen eindrucksvol-

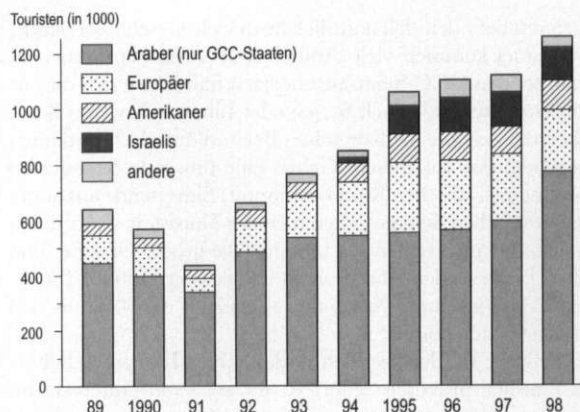


Abb. 1: Entwicklung der Zahl einreisender Touristen 1989–1998

Quelle: Daten des "Ministry of Tourism and Antiquities", Amman

Number of tourist arrivals by region, 1989–1998

len historischen Sehenswürdigkeiten, von denen hier nur die wichtigsten genannt seien: Die Nabatäerhauptstadt Petra, die großartigen Reste der Dekapolisstadt Gerasa (Jerash), die römischen Ruinen von Amman (Philadelphia), Umm Qais (Gadara) und Tabaqat Fahl (Pella) sowie omajjadische „Wüstenschlösser“ und Burgen aus der Kreuzritterzeit. In der internationalen Konkurrenz kann davon allerdings lediglich Petra als herausragend eingestuft werden, weswegen dort das Segment des Bildungsreisen-Tourismus auch deutlich kulminiert.

Neben Phosphaten und Kalisalzen verfügt Jordanien kaum über weitere natürliche Ressourcen, so dass dem Ausbau des Tourismus-Gewerbes in allen Entwicklungsplänen des Landes eine besondere Bedeutung zugemessen wird. Die Erlöse aus dem Export von Phosphaten und Kalisalzen erreichen kaum die Hälfte der im Tourismus erzielten Deviseneinnahmen. Einen deutlichen Aufschwung nahm der Tourismus aber erst seit dem Friedensvertrag mit Israel, womit Frieden und Stabilität als grundlegende, wichtige Rahmenbedingungen gewährleistet schienen (Abb. 1).

Hier muss die jordanische Tourismus-Statistik<sup>1)</sup> näher erläutert werden. Als „Touristen“ werden *alle* Einreisenden aus folgenden Staaten gerechnet: Sämtliche Staaten Amerikas und Europas, Israel, Staaten des Golf-Kooperationsrates (GCC) sowie „Sonstige“ (Australien, Neuseeland, Japan, Singapur, Hongkong, Malaysia, Indonesien, Südafrika). Unter

<sup>1)</sup> Sämtliche Daten dieses Beitrages sind – sofern nicht anders angegeben – Statistiken des "Ministry of Tourism and Antiquities" (Amman) entnommen; teilweise handelt es sich dabei um unveröffentlichtes Material.

ersteren befinden sich natürlich auch viele Geschäftsreisende, aus Israel kommen viele Araber zu Verwandten-Besuchen, und bei den GCC-Staatsangehörigen handelt es sich oft nur um Durchreisende nach Syrien oder Libanon bzw. um Besucher, die sich zur medizinischen Behandlung nach Jordanien begeben, das auf diesem Gebiet eine führende Stellung im gesamten arabischen Raum einnimmt. Einreisende aus anderen arabischen Staaten gelten nicht als Touristen; unter ihnen stellen die ägyptischen Gastarbeiter die größte Gruppe. Von allen Einreisenden sind deshalb nur ca. ein Drittel „Touristen“ im o. g. Sinne, von denen wiederum ca. 60% aus den GCC-Staaten kommen.

Letztere werden von den jordanischen Tourismus-Behörden bisher praktisch ignoriert, da sie kaum Interesse an antiken Stätten zeigen; nur 5% von ihnen reisen in Form von package tours ein, während Europäer, Amerikaner und Israelis hier viel höhere Anteile erreichen (1998: 65%, 33%, 49%). Zieht man von diesen Werten noch jene Besucher ab, die nicht vorrangig zu touristischen Zwecken ins Land kommen, so wird deutlich, dass der Individualtourismus nur einen geringen Stellenwert hat – außer bei den Besuchern aus den GCC-Staaten. Letztere halten sich vor allem in Amman und in Aqaba auf mit einer deutlichen saisonalen Spitze im Sommer (Abb. 2). Die Besucherzahlen aus anderen Herkunftsländern weisen erheblich geringere saisonale Schwankungen auf, was zweifellos ein großer Vorteil für die Hotelauslastung ist.

Die geringen Entfernungen in Jordanien und das gut ausgebaute Straßennetz bringen es mit sich, dass sich das Hotelangebot fast ausschließlich auf drei Standorte konzentriert (Abb. 3). Amman erweist sich auch dabei als *primate city* (BIEGEL 1991). Von dort aus kann die gesamte Nordhälfte des Landes in Tagesausflügen bequem erreicht werden, außerdem profitiert die Stadt vom Geschäftsreise- und Kongresstourismus. Die Gruppenreisenden verbringen hier im Durchschnitt 2,69 Nächte, in Aqaba sind es 2,28 Nächte, in Petra hingegen nur 1,70 Nächte. Eine Diversifizierung des touristischen Angebots (Kuraufenthalte am Toten Meer und an Heilquellen, Wüstentourismus im Wadi Ram) steckt noch in den Anfängen und wird bisher kaum in Marktstrategien umgesetzt. Lediglich der Strandtourismus in Aqaba besitzt eine gewisse Tradition.

Die zwischen 1991 und 1995 anhaltend rasch steigenden Touristenzahlen, insbesondere aus nichtarabischen Herkunftsländern, haben an den genannten drei Standorten eine starke Ausweitung des Bettenangebotes ausgelöst (Abb. 4). Dies führte in den folgenden Jahren bei geringeren Wachstumsraten zu großen Überkapazitäten, was sich in sinkenden Auslastungsraten äußerte (Abb. 5). Sie liegen heute bereits im Durchschnitt unter dem für Jordanien allgemein geltenden Rentabilitätswert von 40% (1998: 32,7%); noch mehr trifft dies für einzelne Hotels zu, die zum Teil nur zu 10 bis 15% ausgelastet sind. Trotzdem sind derzeit weitere Hotels mit über 11 000 Betten im Bau, mehr als

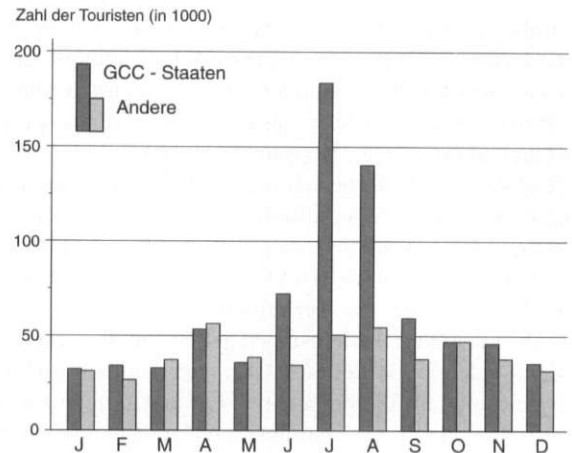


Abb. 2: Saisonale Verteilung einreisender Touristen 1998  
Quelle: Daten des "Ministry of Tourism and Antiquities", Amman

Tourist arrivals by month in 1998

zwei Drittel davon in Amman. Der Glaube an hohe Wachstumsraten scheint also ungebrochen zu sein; der einzelne Unternehmer wird darin vom zuständigen Ministerium durch geradezu euphorische Wachstumsprognosen bestärkt.

Der jordanische Staat war also eindeutig der Initiator der Tourismusentwicklung, und er bestimmt bis heute mit verschiedenen Maßnahmen das Geschehen auf diesem Sektor. Dessen hohe Priorität in den volkswirtschaftlichen Entwicklungsplänen, die mit vielerlei Subventionen an Investoren umgesetzt wird, und die alleinige Vertretung im Vermarktungsbereich sprechen dafür. Mit den Unternehmern des Tourismussektors gibt es nur sehr einseitige Beziehungen: Aus Sicht der Unternehmer ist das Ministerium für alle ihre Anliegen (Vermarktung, Ausbildung, Zuschüsse und Steuererleichterungen, Zollbefreiungen etc.) zuständig, es gibt also weithin hohe Erwartungshaltungen – letztlich im Sinne eines "Rent-Seeking".

### 3 Der Wandel von Rahmenbedingungen

Der Friedensvertrag zwischen Jordanien und Israel von Oktober 1994 brachte zwar eine deutliche Zunahme der Zahl einreisender Touristen (zwischen 1993 und 1998 Anstieg um 62,1%), doch stieg die absolute Zahl der Übernachtungen im gleichen Zeitraum lediglich um 1%. Es hat also ein struktureller Wandel zu mehr Tagestourismus stattgefunden, der hauptsächlich auf Änderungen der räumlichen Organisation des Tourismus zurückzuführen ist.

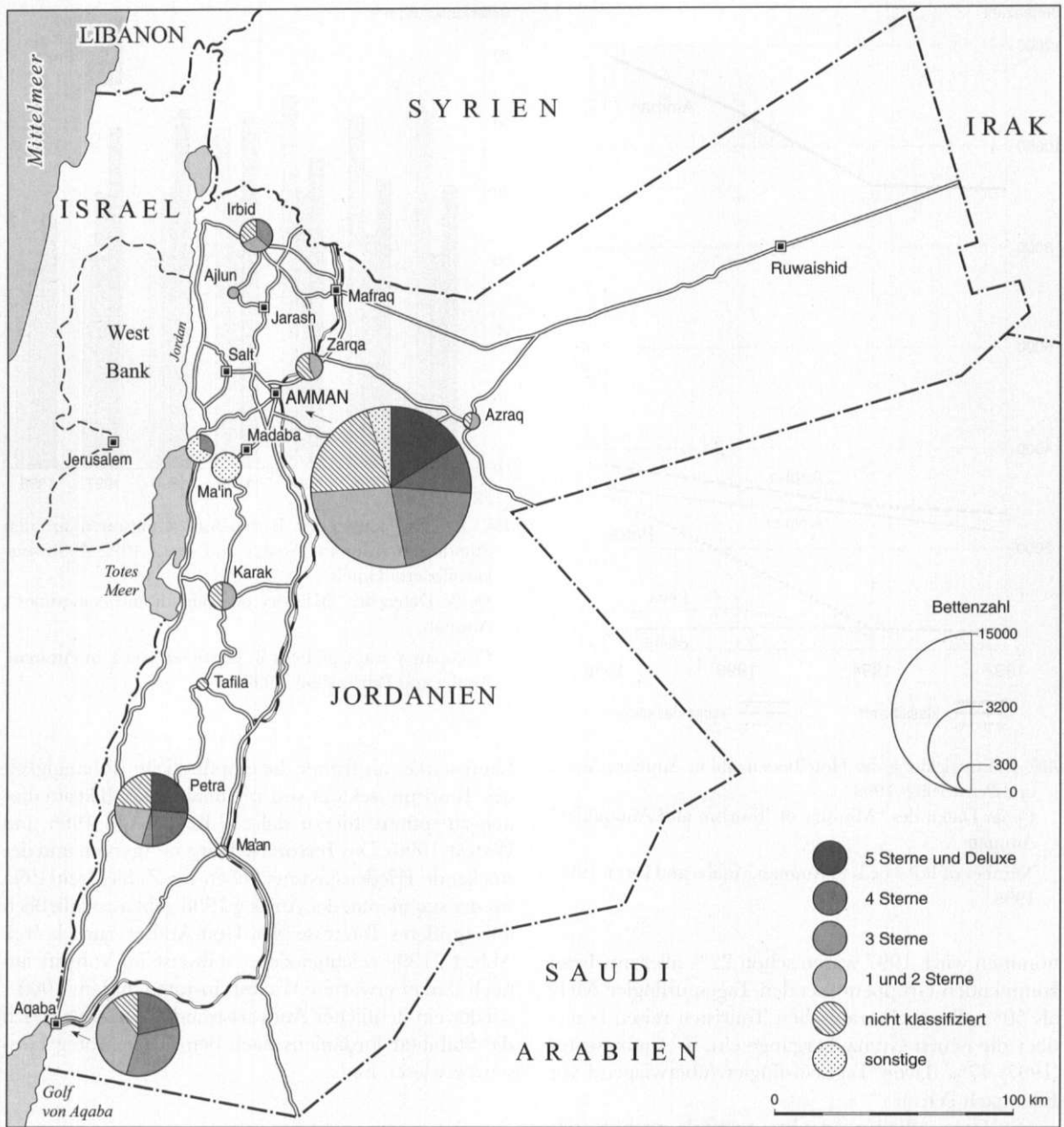


Abb. 3: Hotelkapazitäten in Jordanien: regionale Verteilung und Klassifizierung 1998

Quelle: nach BARHAM 1998

Capacity of hotels in Jordan: distribution of beds by class, 1998

Zwischen Israel und Jordanien wurden 1995 zwei Grenzübergänge geöffnet: im Norden über den Jordan (westlich von Irbid) und bei Aqaba im Süden. Obwohl immer noch einige bürokratische Hindernisse bestehen, ist es nun (wieder) möglich, die gesamte Region (Libanon, Syrien, Jordanien, Israel, Ägypten) auf einer Reise zu besuchen, was in den unterschiedlichsten

Kombinationen auch zunehmend angeboten und genutzt wird. Das jordanische Angebot sieht sich damit aber gewachsener regionaler Konkurrenz ausgesetzt, was sich in einem deutlichen Rückgang der Aufenthaltsdauer äußerte, die von über 5 auf 3,7 Nächte sank. Ziele in Jordanien können jetzt von Israel aus in Tagesausflügen erreicht werden, was zunehmend wahrgenommen

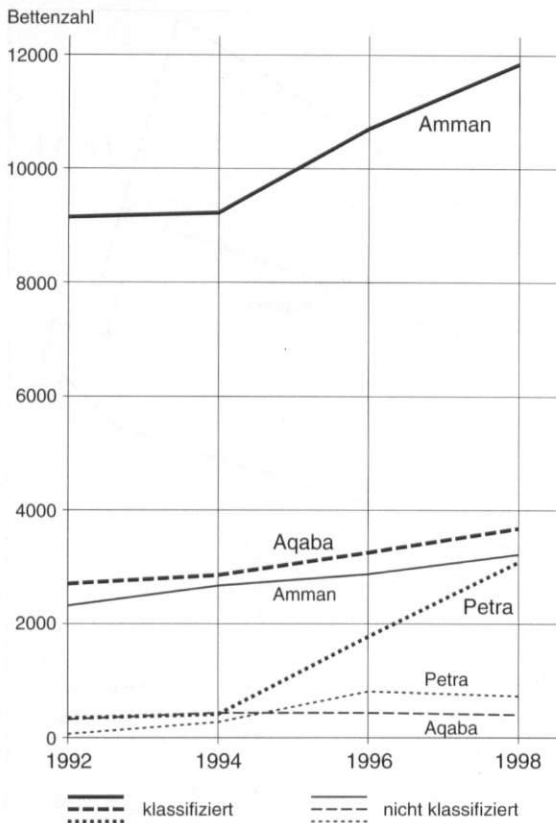


Abb. 4: Entwicklung der Hotelbettenzahl in Amman, Aqaba und Petra 1992–1998

Quelle: Daten des "Ministry of Tourism and Antiquities", Amman

Number of hotel beds in Amman, Aqaba and Petra, 1992–1998

nommen wird; 1997 waren schon 22% aller aus Israel kommenden Gruppenreisenden Tagesausflügler. Mehr als 50% aller nichtarabischen Touristen reisen bereits über die neuen Grenzübergänge ein, in Aqaba waren (1997) 47% davon Tagesausflügler (überwiegend von Eilat nach Petra).

Die Grenzöffnung erlaubte erstmals auch Israelis einen Besuch in Jordanien, was sofort intensiv wahrgenommen wurde (vgl. Abb. 1). Petra stand dabei zunächst an erster Stelle der Wunschliste: 1995 besuchten 55% der israelischen Touristen in Jordanien die Nabatäer-Hauptstadt. Seitdem geht die Zahl der Besucher dort wieder zurück (1998: 10%), Israelis nutzen nun andere Angebote des globalen Tourismus-Marktes. Ein Großteil der „israelischen Touristen“ sind jetzt in Israel lebende Araber, die Verwandte in Jordanien besuchen und deshalb kaum Hotels nutzen.

Mit der stärkeren Einbindung Jordaniens in eine größere regionale Destination „Nahost“ bekommt das

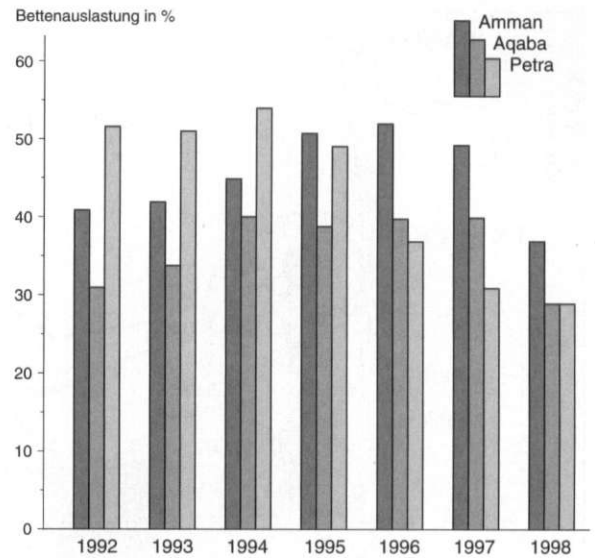


Abb. 5: Entwicklung der Betten-Auslastungsraten an den Standorten Amman, Aqaba und Petra 1992–1998 (nur klassifizierte Hotels)

Quelle: Daten des "Ministry of Tourism and Antiquities", Amman

Occupancy rates of beds in classified hotels in Amman, Aqaba and Petra, 1992–1998

Land stärker als früher die empfindliche Abhängigkeit des Tourismussektors von regionalen Konfliktsituationen zu spüren (hierzu siehe z. B. BAR-ON 1996 und WAHAB 1996). Die Terroranschläge in Ägypten und der stockende Friedensprozess ließen die Zahlen seit 1995 wieder stagnieren, der Anstieg 1998 geht ausschließlich auf größeres Interesse der Golf-Araber zurück (vgl. Abb. 1). 1999 zeichnet sich – teilweise im Vorgriff auf noch stärker erwartete Wachstumsraten im Jahr 2000 – wieder ein deutlicher Aufwärtstrend ab, nachdem sich die Stabilität Jordaniens nach dem Tode König Husseins erwiesen hat.

#### 4 Tourismus in Petra

##### 4.1 Entwicklung

Petra, die antike Hauptstadt des Nabatäerreiches, liegt in einer faszinierenden Landschaft aus bizarr verwittertem Sandstein. Zahlreiche Überreste aus verschiedenen Siedlungsperioden, vor allem aber die in die Felsen gehauenen Monumentalgräber (Photos 1, 2) locken vornehmlich „Bildungstouristen“ an. Hinzu kommt noch eine gewisse Aura des Geheimnisvollen, weil die Stadt lange Zeit als verschollen galt und erst

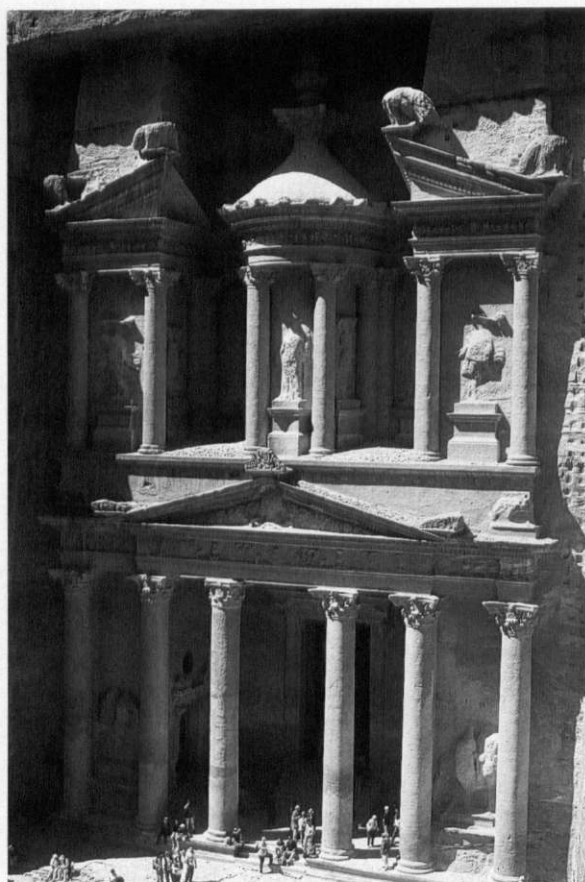


Photo 1: Al-Khazneh, das eindrucksvollste Monumentalgrab in Petra (Alle/all Photos: H. KOPP)

Al-Khazneh, the most impressive monumental tomb in Petra

1812 durch den Schweizer J. Burckhardt „wiederentdeckt“ wurde. Zudem gelten trotz intensiver Forschung viele Aspekte des Lebens der Nabatäer – vor allem wegen des Fehlens schriftlicher Quellen – noch als ungeklärt (LINDNER 1986).

Bis 1921, als die Region unter britisches Mandat gestellt wurde, kamen nur ganz wenige Reisende auf schwierigsten Wegen nach Petra, wo damals Halbnomaden des Stammes der Lawatneh, die sich als Nachfahren der Nabatäer betrachteten, in den Höhlen der antiken Gräber wohnten. Auch die Reisenden wurden dort untergebracht. In den 20er Jahren wurde eine Straße nach Petra gebaut, und eine Telegrafenerleitung stellte die Verbindung zur Hauptstadt Amman her. Erst jetzt konnte die Sicherheit der Reisenden gewährleistet werden. Sie übernachteten zunächst in Zelten, ab 1927 in einem kleinen Hotel, das mitten im zentralen Teil des Ruinengebietes errichtet wurde und als Nazal-Hotel bezeichnet wird<sup>2)</sup>. Die seit 1929 intensiv betrie-

benen Ausgrabungen und Forschungen trugen wesentlich dazu bei, dass Petra in Europa und Amerika mehr und mehr bekannt wurde und beim Bildungsbürgertum der Wunsch wuchs, dorthin zu reisen. Das Reisebüro Thomas Cook organisierte schon seit Ende der 20er Jahre Touren nach Petra, und die Bewohner der Siedlung bekamen erste Verdienstmöglichkeiten mit der Vermietung von Pferden und als Führer durch die antike Stadt (SHOUP 1985). Sie lebten weiterhin inmitten der antiken Ruinen, was zunehmend als störend empfunden wurde.

Nach der Konsolidierung des unabhängigen Jordaniens erkannte der junge Staat anfangs der 60er Jahre den Tourismus als wichtigen Sektor der nationalen Ökonomie und institutionalisierte ihn mit der Einrichtung einer „Authority of Tourism and Antiquities“<sup>3)</sup>. Fortan trat der Staat als wichtigster Investor und als steuernde Kraft für die weitere Entwicklung in Petra auf. Die ersten öffentlichen Maßnahmen waren die Errichtung eines „Rest House“ außerhalb der antiken Stätten unmittelbar neben dem Haupteingang von Petra (mit Verwaltung, Hotels, Restaurants und Bar) sowie die Umsiedlung der Lawatneh in eine neue Siedlung nördlich von Petra. In jenen Jahren wurde also eine deutliche räumliche Trennung vollzogen: Das gesamte Ruinenareal ist unbewohnt, bewacht und nur gegen Eintritt zu betreten, die Siedlungsentwicklung einschließlich des Ausbaus der touristischen Infrastruktur vollzieht sich im Ort Wadi Musa, der seitdem von einem bescheidenen Dorf zu einer Kleinstadt mit 11 210 Einwohnern (1994) herangewachsen ist.

Das staatliche „Rest House“ mit 70 Betten blieb bis 1980 die einzige Unterkunftsmöglichkeit für Touristen in Wadi Musa. Erster privater Investor war ein Beamter aus dem Ort, der 1980 ein Hotel mit 55 Betten errichten ließ, das nicht klassifiziert<sup>4)</sup> war und als Fami-

<sup>2)</sup> Mitglieder der christlichen Familie Nazal gelten als Pioniere des Tourismus in Palästina und Jordanien. Das „Nazal-Hotel“ bietet heute in Petra arbeitenden Archäologen Unterkunft; für Besucher der Ruinenstätten sind darin öffentliche Toiletten eingerichtet.

<sup>3)</sup> 1967 zum Ministerium aufgewertet. In der Verbindung „Tourism and Antiquities“ drückt sich sehr deutlich die Einstellung des Staates gegenüber der Rolle des Tourismus aus.

<sup>4)</sup> Das jordanische Tourismus-Ministerium vergibt für Hotels je nach Ausstattung ein bis fünf Sterne; hinzu kommt noch eine Luxuskategorie. Erreicht ein Beherbergungsbetrieb nicht die Standards der untersten Kategorie, bleibt es „unklassifiziert“ und darf sich nur Herberge („Nozol“), nicht Hotel („Funduq“) nennen. Die Klassifizierung wird in mehrjährigen Abständen überprüft. Ein Antrag auf Höherklassifizierung nach den entsprechenden Investitionen ist jederzeit möglich.



Photo 2: Qasr El-Bint, ein nabatäischer Tempel in Petra, an der Hauptstraße aus der Römerzeit  
Qasr El-Bint, a Nabataean temple at the Roman main road in Petra

lienbetrieb geführt wurde. 1982 reichte auch dieses Angebot nicht mehr aus, und wiederum trat der Staat als Investor für ein 4-Sterne-Hotel mit 162 Betten auf. Es liegt gleichfalls in der Nähe des Eingangs zu den antiken Stätten und wird unter Lizenz der internationalen Hotelkette „Forum“ betrieben.

Bis 1993 kamen vier privat betriebene, kleinere Hotels mit zusammen 123 Betten hinzu. Trotz dieser Entwicklung blieb der Bettenanteil in Wadi Musa mit 2,3% der Gesamtkapazität Jordaniens sehr gering; allein in Amman standen damals 72% der Hotelbetten des Landes.

Der Aufschwung des Tourismus nach dem Friedensabkommen mit Israel war in Petra noch stärker spürbar als im Rest des Landes: der Anteil der Petra-Besucher<sup>5)</sup> stieg von vorher gut 10% auf deutlich über 20% (Tab. 1). Der verstärkte Besuch von Petra geht hauptsächlich auf das Konto der Europäer: 86,2% aller europäischen Jordanien-Touristen hatten es 1998 in ihrem Programm, Amerikaner hingegen nur zu 47,5%.

Die Jordanier selbst „entdeckten“ nun auch Petra: Zwischen 1990 und 1998 stieg die Zahl der einheimischen Besucher von 5 182 auf 57 000, d. h. von 6% auf 16,4% aller Besucher Petras. Für die arabischen Touristen hat der Ort hingegen kaum Bedeutung; ihr

<sup>5)</sup> Als „Petra-Besucher“ gelten solche Touristen, die eine Eintrittskarte zu den antiken Stätten lösen.

Anteil an den Besuchern Petras schwankt um 1%, was deutlich beweist, dass es sich bei ihnen nicht um „Bildungstouristen“ handelt.

Die stürmische Entwicklung der Besucherzahlen löste in Wadi Musa einen wahren Hotelbau-Boom aus: Die Zahl der Hotels stieg von 7 (1993) über 23 (1996) auf 43 (1998) mit jetzt 3682 Betten (vgl. Abb. 4); damit

Tabelle 1: Entwicklung der Touristenzahlen in Jordanien und in Petra 1989–2000

Development of tourist arrivals in Jordan and in Petra 1989–2000

Jahr	Zahl der Touristen in Jordanien	Petra-Besucher (ohne Jordanier)	
		Anzahl	% der Touristen
1989	643 945	88 817	13,8
1990	577 446	77 358	13,4
1991	439 481	29 835	6,8
1992	669 262	83 150	12,4
1993	774 871	110 862	14,3
1994	857 610	134 961	10,7
1995	1 073 549	300 550	24,2
1996	1 102 752	246 060	19,8
1997	1 127 028	380 727	28,6
1998	1 256 428	290 110	23,1
1999	1 357 822	–	–
2000	1 426 840	429 115	30,1



Photo 3: Das moderne Hotelviertel von Wadi Musa in der Nähe des Zugangs zu den antiken Stätten  
The modern hotel quarter of Wadi Musa near the entrance to Petra

stieg der Anteil innerhalb Jordaniens von 2,3% auf 13,6% aller Betten an. Auffällig dabei ist vor allem die Zunahme der Betten in 5-Sterne-Hotels, von denen sich jetzt 54% der Landeskapazität allein in Wadi Musa und Umgebung befinden. 4-Sterne-Hotels sind gleichfalls überrepräsentiert. Das Angebot zielt also deutlich

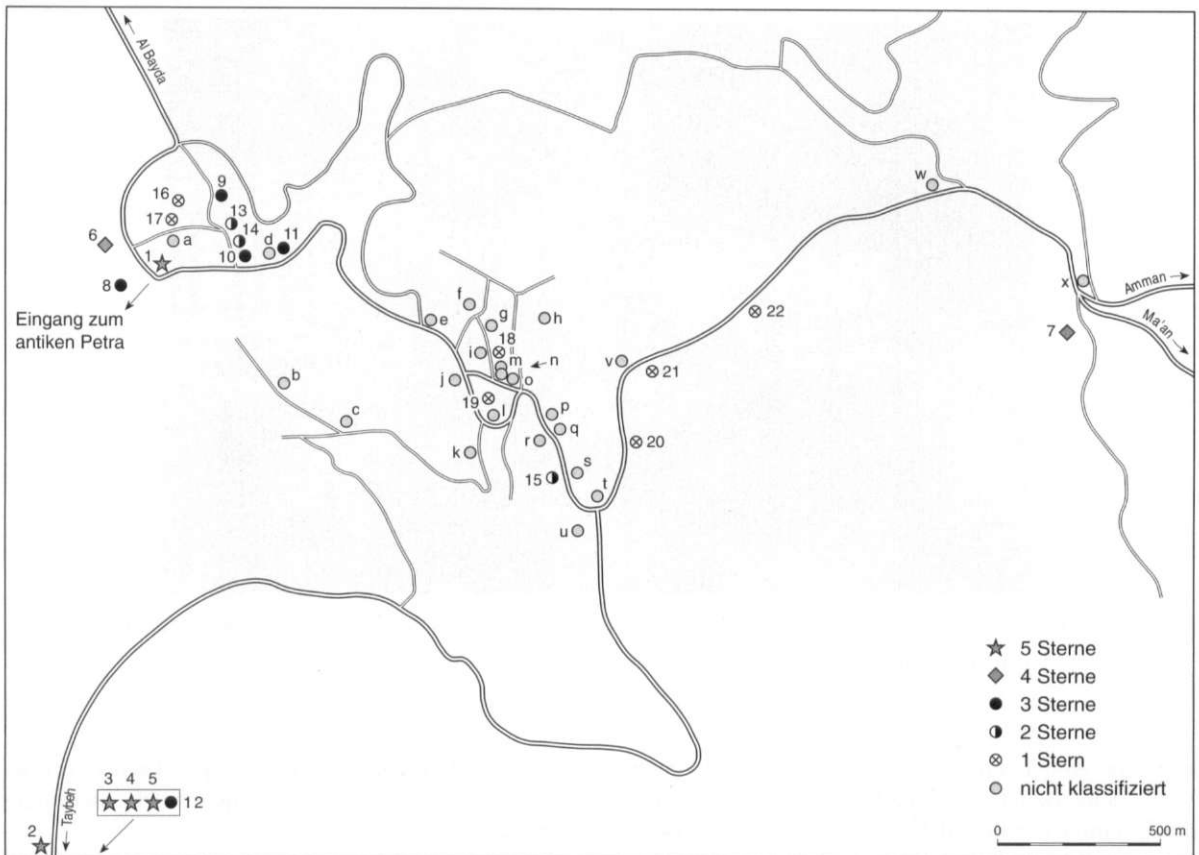
auf eine zahlungskräftige und anspruchsvolle Touristenklasse und folgt damit konsequent der Nachfrageentwicklung.

Mittlerweile sind in Wadi Musa zwei „Hotelviertel“ entstanden: in der Nähe des Eingangs nach Petra mit überwiegend höherklassigen Häusern, und rings um



Photo 4: Mittelklassehotels in Zentrumsnähe von Wadi Musa  
Middle class hotels in the centre of Wadi Musa





**5 Sterne**

- 1 Mövenpick (298)
- 2 Taybet Zaman (191)
- 3 Grand View (255)
- 4 Petra Plaza (165)
- 5 Nabatean Castle (176)

**4 Sterne**

- 6 Forum (268)
- 7 Kings Way Inn (135)

**3 Sterne**

- 8 Petra Resthouse (150)
- 9 Candles (90)
- 10 Silk Road (42)
- 11 Petra Palace (170)
- 12 Panorama (.)

**2 Sterne**

- 13 Petra Inn (70)
- 14 Edom (160)
- 15 Amra Palace (88)

**1 Stern**

- 16 Venus (42)
- 17 Flowers (64)
- 18 Elgee (35)
- 19 Al Anbat II (37)
- 20 Sela (75)
- 21 Acropolis (30)
- 22 Al Hedab (94)

**nicht klassifiziert**

- a Petra Moon (34)
- b Paradise (72)
- c Petra Diamond (76)
- d Sunset (106)
- e Moon Valley (38)
- f Grand Valley (20)
- g Treasury (45)
- h Twaissi (23)
- i Rose City (52)
- j Garden (20)
- k Orient Gate (22)
- l Mid Town (geschl.)
- m Sabaa (.)
- n Qasr al Bint (25)
- o Al Rashid (90)
- p Peace Way (36)
- q Shara Mountains (35)
- r Petra Gate (24)
- s Cleopatra (22)
- t Valley Stars (18)
- u Royal Motel (8)
- v Araba View (16)
- w Al Anbat I (95)
- x Moussa Spring (44)

Klassifizierung und Bettenzahl (in Klammer) nach Stand 1998

Abb. 6: Die Lage der Hotels in Wadi Musa  
(Kartierung/mapping: H. KOPP 1998)  
Location of hotels in Wadi Musa

den alten Ortskern der Stadt mit einfacherem Angebot (Abb. 6 und Photos 3, 4). Läden für Postkarten und Souvenirs sowie bessere Restaurants liegen ausschließlich im erstgenannten Viertel; im Zentrum gibt es nur einfache Restaurants und keinerlei Souvenirgeschäfte.

Mit dem Friedensvertrag wandelten sich aber auch die politischen Rahmenbedingungen für den Renten-

staat Jordanien. Die „Frontstaaten-Dividende“ ging verloren, die Gastarbeiter waren in den Ölstaaten am Golf nicht mehr gern gesehen, und die Palästinenser (d. h. die Mehrheit der jordanischen Bevölkerung) spekulierte auf baldige Rückkehr in die alte Heimat, investierte also deutlich weniger. Hinzu kam ein von Weltbank und IMF verordnetes Strukturanpassungspro-

gramm, das die staatlichen Subventionen reduzierte und die Privatisierung voranbrachte. Für den Tourismussektor ergab all dies die Notwendigkeit, sich stärker am Markt zu orientieren. Ob dies gelungen ist, soll nun weiter am Beispiel Petra untersucht werden. Insbesondere ist zu fragen, wer dort die Investoren waren und wie deren Motive aussahen.

#### 4.2 Die Träger des Hotelbau-Booms

80% aller Hotels in der Region von Petra wurden 1994 oder später gebaut. Wer aber waren die Investoren? Auf der Basis eigener Erhebungen<sup>6)</sup> lassen sich vier Gruppen mit unterschiedlichen Motivationen unterscheiden:

a) International ausgerichtete Gruppe: Finanzkräftige jordanische Unternehmer aus Amman zielten mit ihren Investitionen im hochklassigen Hotelsektor von vornherein auf Internationalität, indem sie sich mit Lizenzverträgen renommierten Hotelketten anschlossen. Die Leitung der Häuser obliegt ausländischen Fachmanagern, das Angebot ist flexibel und vielfältig, die Vermarktung auf internationaler Ebene organisiert, was gute Auslastung sichert, z. B. auch als Standort von Konferenzen. Die Hotels Forum und Mövenpick liegen unmittelbar neben dem Eingang nach Petra, wo inzwischen auch ein Bus-Bahnhof und ein Gebäudekomplex mit Souvenir-Läden entstanden sind. Das dritte Hotel dieser Ausrichtung (Taybet Zaman) liegt zwar 15 Fahrminuten von Wadi Musa entfernt in Taybeh, bietet aber eine besondere Atmosphäre<sup>7)</sup>.

b) Gruppe nationaler Unternehmer: Hotelbesitzer in Amman und Aqaba sahen Mitte der 90er Jahre in Petra Chancen für eine Expansion ihrer Unternehmen. Sie investierten in vier Hotels der gehobenen Kategorie, kümmern sich aber kaum um das Geschäft dort. Alle diese Hotels liegen an der „Panoramastraße“ zwischen Wadi Musa und Taybeh, bieten also eine ausgezeichnete Aussicht, was jedoch für die Touristen eher nebensächlich ist, weil sie sich nur nachts im Hotel aufhalten. Die von den Besitzern eingestellten örtlichen

Manager verfügen über nur geringe Vollmachten, können also nicht flexibel auf lokale Marktveränderungen reagieren.

c) Aktive einheimische Unternehmer: Die dritte Gruppe wird gebildet von sehr aktiven Unternehmern aus Amman bzw. Wadi Musa. Sie beschäftigen qualifizierte und hoch motivierte einheimische Manager, die wesentlich weniger verdienen als die in der ersten Gruppe tätigen Ausländer. Vor allem aber sind sie in der Vermarktung ihres Bettenangebots äußerst aktiv und flexibel, entweder mit Hilfe von eigenen Reisebüros, durch direkte Kontakte mit Reiseveranstaltern in den wichtigsten Nachfrageregionen oder durch Messebesuche.

d) Investoren aus Wadi Musa: Während alle bisherigen Gruppen Erfahrungen im Tourismus-Geschäft aufwiesen, ließen sich in Wadi Musa von den Investitionen dieser Unternehmer auch Ortsansässige „anstecken“, die fast keine Ahnung von der Branche hatten. Kleinhändler, Bauunternehmer, Reiseführer, Buchhalter und pensionierte Offiziere errichteten vor allem niedrig und nicht klassifizierte Hotels mit Hilfe eigener Ersparnisse und großzügig gewährten staatlichen Krediten<sup>8)</sup>. Sie führen ihr Hotel als Familienbetrieb, der Inhaber ist jeweils gleichzeitig Manager.

Während die Unternehmer der Gruppen a) und c) eher dem Schumpeter'schen Typ entsprechen, sind die Investoren der Gruppen b) und d) eher Nachahmertypen, die vor allem von staatlichen Incentives profitieren wollen. Allen gemeinsam ist jedoch ihr absolut individuelles Vorgehen, „Beziehungen“ zum Ministerium besitzen für sie oberste Priorität, ein lokaler Zusammenschluss fehlt bis heute.

#### 4.3 Die Krise des Tourismus in Petra

So eindrucksvoll die Besucherzahlen der antiken Stätten gestiegen sind, so vorsichtig müssen diese Zahlen interpretiert werden. Von den 347 109 Besuchern haben nämlich nur 206 000 dort auch übernachtet, der Rest waren Tagesausflügler. Das jordanische Ministerium für Tourismus und Antiquitäten, das vor allem an Deviseneinnahmen interessiert ist, reagierte auf diese Entwicklung mit einer Erhöhung der Eintrittsgebühren für Petra auf das Vierfache (1998: 20 JD = 55 DM pro Person und Tag). Besonders Tagesausflügler, die meist in Bussen aus Eilat kommen und ihre gesamte Verpflegung mitbringen, sollen damit wenigstens etwas Geld im Land lassen. Dies aber führte zu einem rapiden

<sup>6)</sup> Von September 1998 bis Juni 1999 wurden von N. BARHAM bei Managern bzw. Eigentümern von 40 Hotels (d. h. in fast allen vorhandenen Betrieben, vgl. Abb. 6), einigen der größten Restaurants, bei den Leitern örtlicher Reisebüros und Vertretern der Kommunalverwaltung Leitfaden-Interviews durchgeführt.

<sup>7)</sup> Taybet Zaman ist ein zu einem 5-Sterne-Hotel umgebautes altes Dorf, dessen Stil weitgehend erhalten wurde. Es liegt oberhalb von Petra und bietet Ausblick auf eine faszinierende Landschaft. Hotelgästen wird kostenloser Bustransfer nach Petra angeboten.

<sup>8)</sup> Für Hotelbauten gewährt die Industrial Development Bank seit 1964 besonders günstige Kredite.

Rückgang der Nachfrage im touristischen Nebengewerbe von Petra (Restaurants, Souvenirs etc.), so dass ab Ende 1998 Touristen auch der „Import“ von Lebensmitteln und Trinkwasser verboten wurde.

Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,7 Nächten wird deutlich, dass die Besucher wirklich nur zur Besichtigung der antiken Stätten herkommen. 88,5% der Hotelnächte entfallen auf Ausländer, 10,2% auf Jordanier und nur 1,3% auf Araber. In klassifizierten Hotels steigt der Anteil der Ausländer auf 95,5%, in nicht-klassifizierten der der Jordanier auf 57,1%.

Der Bauboom hat die tatsächliche Nachfrage bei weitem überschritten, was sich in dramatisch gesunkenen Auslastungsraten äußert: Sie lagen 1998 bei 29,2% in klassifizierten und bei gar nur 21,6% in nicht-klassifizierten Hotels; lediglich die 4-Sterne-Hotels erreichten mit 35,2% einigermaßen akzeptable Werte. Im Kampf um die Touristen bieten insbesondere die höher klassifizierten Hotels ihre Betten zu Dumping-Preisen an, was in einer Kettenreaktion auch die einfacheren zwingt, ihre Preise zu senken. Das erfreut zwar jeden Petra-Besucher, bereitet den Besitzern aber große Probleme, auf die mit unterschiedlichen Strategien reagiert wird. Besonders die Besitzer niedrig und nicht klassifizierter Hotels fühlen sich in die Enge getrieben und sehen die modernen, hoch klassifizierten Hotels als Auslöser ihrer Krise. Hinzu kommt, dass die Inhaber bzw. Manager solcher besseren Hotels Ortsfremde oder sogar Ausländer sind.

Preissenkungen sind nur eine mögliche Strategie, gesunkene Auslastungsraten wieder anzuheben. In Hotels aller Kategorien ist dies nur bis zu einer gewissen Grenze möglich. Am flexibelsten können hierbei die an internationale Ketten angeschlossenen Betriebe reagieren; ihnen ist es möglich, auch längere „Durststrecken“ zu überstehen, und gleichzeitig besitzen sie die besten Möglichkeiten, über meist weltweite Vertriebsnetze Kunden zu akquirieren. Deshalb sind sie von den Folgen der derzeitigen Überkapazitäten am wenigsten betroffen – ganz zu Lasten der oben genannten Gruppe b), also der hoch klassifizierten Häuser ohne internationale Anbindung. In einem dieser Fälle sank die Auslastung zwischen 1996 und 1998 von 60% auf 30%. Die Inhaber dieser Hotels bemühen sich deshalb, mit Sonderangeboten und direkten Kontakten zu Reisebüros in Amman und im Ausland ihren Marktanteil wieder zu vergrößern. Nachhaltigen Erfolg versprechen sie sich letztlich aber nur vom Anschluss an eine internationale Hotelkette; die dazu notwendigen Investitionen scheuen sie aber vorerst noch, weshalb sie derzeit versuchen, ihre Hotels an etablierte Firmen in Amman zu verkaufen.

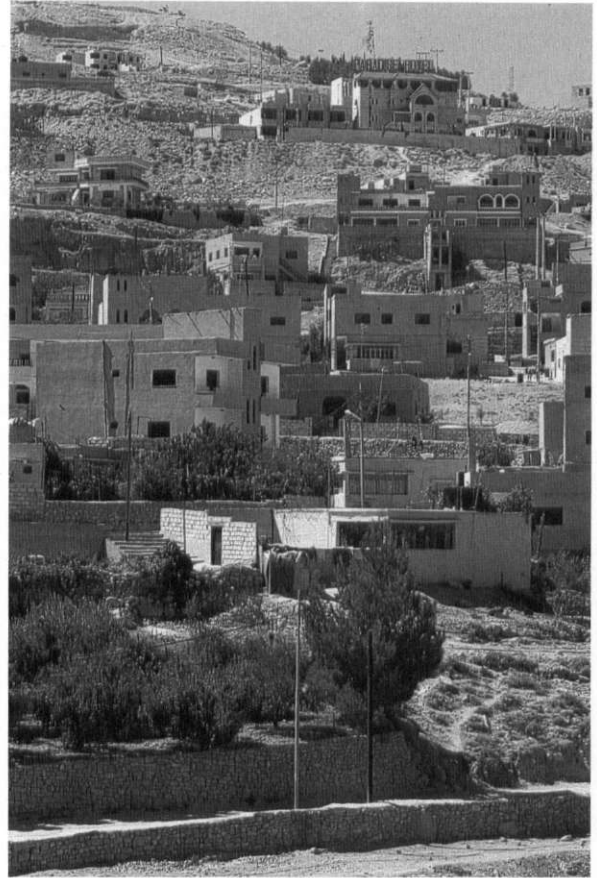


Photo 5: Bauboom in Wadi Musa

Building boom in Wadi Musa

Den geringsten finanziellen Spielraum besitzen die einheimischen Inhaber niedrig und nicht klassifizierter Hotels. Sie begegnen der Krise mit zwei generell verschiedenen Strategien: Eine Gruppe investiert trotz der schwierigen Lage, um eine höhere Klassifizierung zu erreichen; hier diktiert also das „Prinzip Hoffnung“ das Handeln. Eine andere, größere Gruppe reagiert eher passiv über Kostensenkungen (Verminderung der Qualität, Entlassung von Mitarbeitern, Sparmaßnahmen im laufenden Betrieb bis zu zeitweisen Schließungen). Ein Hotel in Wadi Musa hat 1998 sogar ganz geschlossen.

Die von den einzelnen Betriebsinhabern verfolgten Strategien belegen deutlich, dass individuelles Vorgehen dominiert und konzertierte Aktionen (z. B. in der Vermarktung des attraktiven Standortes) bisher völlig fehlen. Es gibt auf diesem Feld auch nur wenig Zusammenarbeit mit dem zuständigen Ministerium. Hier werden strukturelle Mängel deutlich, die sich bei der

zunehmenden Konkurrenz im Tourismussektor negativ auswirken. So ist es – im Vergleich zu Israel oder Palästina – der jordanischen Tourismuswirtschaft bisher kaum gelungen, das niedrige Preisniveau im Lande so zu vermarkten, dass die bisher sehr einseitig ausgerichteten Ströme von Tagesausflüglern umgekehrt werden. Zumindest Amman wäre sicher ein attraktiver Standort für Tagestouren nach Jerusalem, Bethlehem oder an den See Genezareth.

Trotz dieser krisenhaften Entwicklung bleibt zu prüfen, ob nicht auch positive Effekte für die Regionalentwicklung feststellbar sind.

#### 4.4 Auswirkungen des Tourismus auf die Region um Petra

Der Tourismus ist mit einem BSP-Anteil von 11% (1998) nach der Industrie der zweitwichtigste Wirtschaftszweig Jordaniens. In einem Land mit starkem Bevölkerungswachstum (3,3%; 1997) und hoher Arbeitslosigkeit bringt er dem Arbeitsmarkt höchst willkommene positive Effekte: 17 550 Menschen sind im jordanischen Tourismussektor tätig (1998), das sind ca. 6500 mehr als noch 1994. Die Regierung fördert den Sektor vor allem über die Vergabe von Baukrediten, einem in Rentenstaaten sehr bewährten Mittel der politischen Kooptation. Sehr viel weniger wird getan im Bereich der Beratung, Ausbildung und Vermarktung. In unserem Zusammenhang ist von Bedeutung, dass Wadi Musa und Aqaba die einzigen Orte des sonst extrem zentralistisch organisierten Jordaniens mit einer relativ eigenständigen regionalen Planungsbehörde sind.

Die Region um Petra besitzt außer dem Tourismus nur ein geringes ökonomisches Potential. Wir befinden uns hier an der Grenze des Regenfeldbaus, so dass die Weidewirtschaft (Ziegen) in dem sehr hügeligen Gelände vorherrscht. Die einzige kräftige Quelle der Region, die Moses-Quelle oberhalb von Wadi Musa, ist nicht nur namensgebend für den Ort gewesen, sondern erlaubt im engen Tal auch beschränkten Bewässerungsfeldbau, der aber kaum die Selbstversorgung der Bevölkerung sichert. Hinzu kommt die periphere Lage des Gebietes innerhalb Jordaniens<sup>9)</sup>.

Ohne den Tourismus wäre auch Wadi Musa wie die meisten Orte Südjordaniens von Abwanderung geprägt; so aber weist es ein eindrucksvolles Bevölkerungswachstum auf (1979: 5 432 E.; 1994: 11 210 E.) und hat sich zu einem dynamischen Zentrum entwickelt. 6,5% der befragten Familien<sup>10)</sup> sind zugewandert. Diese Dynamik äußert sich in einer außerordentlich regen Bautätigkeit mit einem raschen räumlichen Wachstum des Ortes (Photo 5). Waren 1990 bis 1993 jährlich etwa 45 Baugenehmigungen er-

teilt worden, stieg diese Zahl auf 294 (1994) und sogar auf 327 im Jahr des Tourismus-Booms 1995 (Angaben der Gemeinde Wadi Musa). Damals erreichten die Bodenpreise nahezu das Niveau der Außenviertel von Amman. Seither ist wieder ein Rückgang festzustellen (1996: 194, 1997: 168), und die Krise des Tourismus wird auch daran deutlich, dass 1998 bis August nur noch 30 Baugenehmigungen erteilt wurden. Der Ausbau der Infrastruktur des Ortes (Wasser- und Stromversorgung, Straßenbau, Kanalisation, Müllabfuhr; Photo 7) hat dank des Tourismus ein Niveau erreicht, das weit über dem vergleichbar großer Orte Jordaniens liegt. Sogar ein Krankenhaus ist im Bau und wird die Zentralität von Wadi Musa weiter stärken.

Die Befragungen ergaben, dass drei Viertel der Haushaltsvorstände im Tourismus-Sektor arbeiten oder gearbeitet haben. In einer noch bis vor zehn Jahren traditionell ländlich geprägten Region bietet der Tourismus eine Vielzahl neuer Berufsmöglichkeiten (Koch, Reiseleiter, Handwerker, Kellner, Manager u. a.), die von Einheimischen wahrgenommen wurden oder Zuwanderer anzogen. Die Hotels in der Region Petra beschäftigten 1998 1221 Personen, 352 Männer waren als „Pferdeführer“ tätig<sup>11)</sup>, ein recht einträgliches Geschäft: ein Pferd bringt ca. 150 JD (= 400 DM) Gewinn pro Monat. Auch der Betrieb verschiedener Kioske im Gelände von Petra (Photo 8) ist sehr lukrativ. In fast

<sup>9)</sup> In der Blütezeit Petras war die großräumige Lage ungleich besser: Petra fungierte als Handels- und Verteilungszentrum am Nordende der Weihrauchstraße. Die topographische Lage in einem engen Talkessel erleichterte die Verteidigung und erlaubte mittels raffinierter Systeme des rainwater harvesting die Wasserversorgung der Stadt (LINDNER 1986).

<sup>10)</sup> Von September 1998 bis Juni 1999 wurden von N. BARHAM 93 Familien in Wadi Musa und Taybeh befragt. Die Auswahl der befragten Familien erfolgte so, dass in jedem der vier nahezu gleich großen Stadtviertel in jedem fünften Haus (es gibt fast nur Einfamilienhäuser) eine standardisierte mündliche Befragung mit Fragebogen durchgeführt wurde, an die sich fast immer ein freies Interview anschloss. Hier sind nur einige Aspekte der Befragungs-Auswertung berücksichtigt, eine umfassende Darstellung findet sich bei BARHAM (1998).

<sup>11)</sup> Eine Spezialität von Petra. Für das erste Stück des Fußweges vom Eingang zu den antiken Stätten bis zum Beginn des „Siq“ (Schlucht, eigentlicher Zugang nach Petra) werden Reitpferde vermietet (Photo 6). Außerdem besteht für Touristen die Möglichkeit, mit einer Pferdekutsche nach Petra zu fahren. Die Pferdeführer haben durchgesetzt, dass Reisegruppen die Pferdemierte auch dann zahlen müssen, wenn sie diesen Dienst gar nicht in Anspruch nehmen.

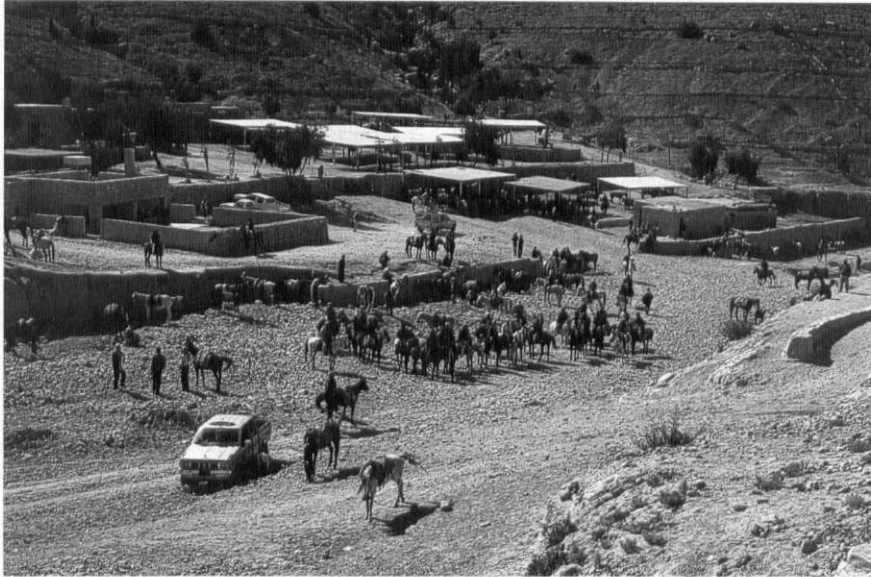


Photo 6: Platz für Pferdevermietung am Eingang von Petra  
Place for hiring horses at the entrance of Petra

allen Fällen sind die Beschäftigten ohne einschlägige Ausbildung tätig.

Viele der Befragten (37%) haben bereits in irgendeiner Weise in der Tourismus-Branche investiert, 69% sind dazu bereit<sup>12)</sup>. Noch höher ist das Interesse der lokalen Bevölkerung (84%), im eigenen Haus Touristen

zu beherbergen und "bed and breakfast" anzubieten, allerdings ist dies bisher polizeilich untersagt. Obwohl die in Petra üblichen Bildungstouristen (überwiegend Ältere, Gebildete) sicher dem „sanften Tourismus“ zuzuordnen sind, ist ein zu enger Kontakt zu den Einheimischen offiziell unerwünscht. Die damit verbun-



Photo 7: Neubau einer Kläranlage für Wadi Musa  
Construction of sewerage works in Wadi Musa

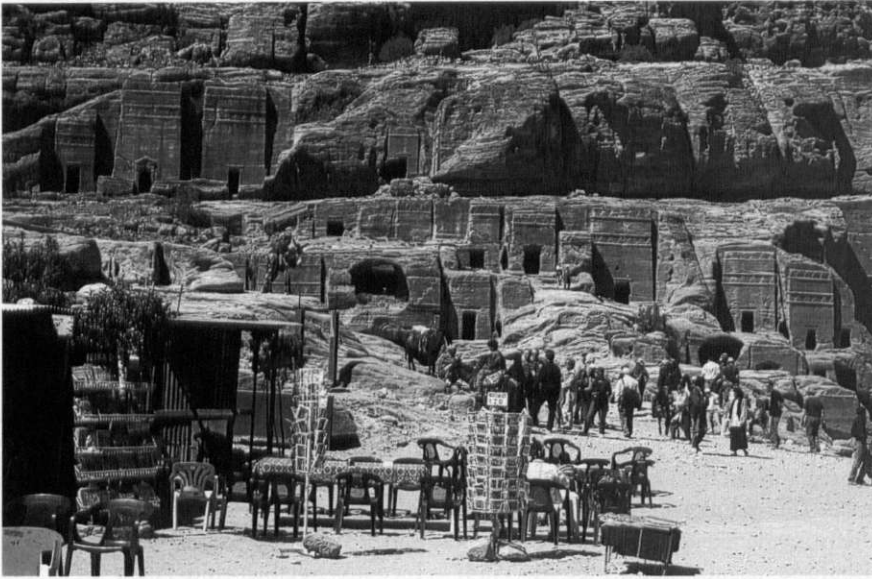


Photo 8: Vielfältig ist das Angebot im Gelände der antiken Stätten  
Selling of traditional handicrafts in Petra



Photo 9: Das verlassene alte Dorf Nawafleh wird gegenwärtig – wie Taybet Zaman – in ein Luxus-Hotel umgebaut  
Transformation of the deserted Nawafleh village near Petra into a luxury hotel like Taybet Zaman

<sup>12)</sup> Ein besonders aktiver Unternehmer, der in Wadi Musa bereits ein Hotel, ein Restaurant und ein Reisebüro besitzt, gewann die Ausschreibung auf nationaler Ebene für ein Rasthaus am Toten Meer.

dene „Ghettoisierung“ der Touristen manifestiert sich in Wadi Musa bereits im neuen Hotelviertel (Photo 3), wo kaum Wohnhäuser stehen.

Die Möglichkeiten der Beschäftigung im Tourismussektor haben zur weitgehenden Aufgabe der Landwirt-

schaft (46% der Befragten) geführt. Die einst bewässerten Gärten verwildern oder werden als Bauland genutzt, wodurch sich das Ortsbild rasch verändert. Hier wäre es höchste Zeit, das teilweise noch vorhandene grüne Band landwirtschaftlich genutzter Flächen vor weiterer Zerstörung zu schützen.

Negativ gesehen (67% der Befragten) wird auch die Entwicklung der Baulandpreise. Konkret hat das hohe Preisniveau für Grundstücke dazu geführt, dass einzelne Hotels an sehr ungünstigen Standorten errichtet wurden (b und c in Abb. 6). Bedenklich stimmt die Bewohner auch, dass viele junge Leute in Wadi Musa die Schule vorzeitig verlassen, weil sie im Tourismusgeschäft gut verdienen können.

Überhaupt sehen die Befragten genau die zwei Seiten des Tourismus, die auch in der Literatur stets betont werden (VORLAUFER 1996): Einerseits werden Arbeitsplätze und Verdienstmöglichkeiten begrüßt, andererseits kulturelle Einflüsse negativ betrachtet. In Wadi Musa äußerten sich alle negativ über die Bekleidung der Touristen und das „ungehemmte“ Fotografieren. Ältere machen sich Sorgen über den Alkohol- und Drogenkonsum sowie Prostitution der Jüngeren; generell wird über die Kommerzialisierung der sozialen Beziehungen geklagt.

Schließlich muss festgestellt werden, dass die Kommerzialisierung des kulturellen Erbes auch hier zu dessen Erhaltung beiträgt:

- Folkloregruppen, die in Hotels auftreten, pflegen heimische Musik- und Tanztraditionen sowie lokale Bekleidungsitten.

- Die Umwandlung des alten Dorfes Taybeh wird zum Vorbild für ein ähnliches Projekt in Wadi Musa, wo das Dorf Nawafleh derzeit vom gleichen Unternehmer in ein Hotel umgebaut wird, was schließlich auch andere dazu anregt, neue Häuser im alten Stil zu bauen (Photo 9).

- Die archäologischen Stätten Jordaniens, die ja das wesentliche Attraktivitätspotential für den Tourismus bilden, werden von Archäologen aus der ganzen Welt ausgegraben, untersucht und gepflegt, was nicht nur zu ihrem Erhalt beiträgt, sondern auch den jordanischen Archäologen Anschluss an den internationalen Standard ihrer Wissenschaft gebracht hat.

## 5 Resümee

Der durch den Friedensprozess ausgelöste Boom des Tourismus in Petra hat die Defizite des Sektors in Jordanien symptomatisch offengelegt. Sowohl die staatlichen Institutionen als auch private Investoren reagierten mit einer weitgehend unkoordinierten, überstürz-

ten und überzogenen Ausweitung des Bettenangebots, ohne überhaupt nur an begleitende Maßnahmen wie Marktanalyse und -bearbeitung, Ausbau des touristischen Umfeldes oder abgestimmte Werbestrategien zu denken. Vielmehr bestimmen bis heute individualistisches Handeln und Konkurrenzneid den jordanischen Tourismussektor; Hoteliers und Inhaber von Reiseagenturen haben es nicht geschafft, sich zu einer Lobby zusammenzuschließen. So bleiben trotz deutlicher Wachstumsraten bei allen am Tourismusgeschäft direkt und indirekt Beteiligten Gefühle der Unsicherheit, der Unzufriedenheit und – beim Blick über die Grenzen nach Israel – des Neides dominant.

Die eingangs aufgestellte Hypothese kann also weitgehend bestätigt werden: Gerade in Petra zeigt sich deutlich, dass die Unternehmer den Markt falsch eingeschätzt haben, weil sie zu sehr den staatlichen Vorgaben und Bewertungen und damit verbundenen Incentives gefolgt sind. Auch die staatlichen Institutionen sahen den Tourismussektor bisher mehr als neue Form der Renten-Akquisition denn als Motor der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Investitionen in Basisbereichen unterblieben weitgehend (Ausbildung, sorgfältige Marktanalyse, gezielte Vermarktungsstrategie in Abstimmung mit den Unternehmern); vielmehr glaubte man, mit direkten Subventionen für Hotelbauten alle Probleme in den Griff zu bekommen. Hierbei sind allerdings nach wie vor die geübten „Rent-Seeker“ unter den Unternehmern im Vorteil, die kleinen Investoren bleiben zunehmend auf der Strecke. Trotz gewisser regionalwirtschaftlicher Entwicklungseffekte bei der Infrastrukturausstattung fehlt bis heute eine vertikale Integration des Tourismussektors in die Volkswirtschaft, speziell in Petra wird die Monostruktur mit ihrer besonderen Krisenanfälligkeit deutlich.

## Literatur

- BARHAM, N. F. (1994): Characteristic of Entrepreneurs: A Portrait of Jordan. In: United Nations Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) et al. (Eds.): Proceedings of the Expert Group Meeting on Creation of Indigenous Entrepreneurship and Opportunities for Small- and Medium-Scale Industrial Investment. Damascus 11–13 April 1993. o. O., 21–36.
- BARHAM, N. (1998): Le tourisme en Jordanie: développement et perspectives. In: Jordanies, Recherche et documentation: politique, économie & société 5/6, 121–143.
- BAR-ON, R. R. (1996): Measuring the effects on tourism of violence and of promotion following violent acts. In:

- PIZAM, A. a. MANSFELD, Y. (Eds.): *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester et al., 159–174.
- BHAGWATI, J. N. (1982): Directly Unproductive, Profit-seeking (DUP) Activities. In: *Journal of Political Economy* 90, 988–1002.
- BIEGEL, R. (1991): Amman/Jordanien. Politische und wirtschaftliche Steuerungsfaktoren der Stadtentwicklung. In: *Mitt. d. Fränk. Geogr. Ges.* 38, 91–189.
- (1993): Amman: Zur Dominanz einer Metropole im „Rentenstaat“. In: *Geographische Rundschau* 45, 40–48.
- BOECKH, A. u. PAWELKA, P. (Hrsg.) (1997): *Staat, Macht und Rente in der internationalen Politik*. Opladen.
- CHATELUS, M. (1985): Rentier or Producer Economy in the Middle East? The Jordanian Response. In: KHADER, B. a. BADRAN, A. (Eds.): *The Economic Development of Jordan*. London et al., 204–220.
- DREYER, A. (Hrsg.) (1996): *Kulturtourismus*. München.
- ELKINS, S. (1994): Rent-Seeking: Zur politischen Theorie des neoklassischen Fundamentalismus. In: *Prokla* 24, 419–436.
- LINDNER, M. (Hrsg.) (1986): *Petra. Neue Ausgrabungen und Entdeckungen*. München, Bad Windsheim.
- LINDNER, P. (1998): Innovator oder Rentier? Anmerkungen zu einem entwicklungstheoretischen Paradigma aus empirischer Perspektive: das Beispiel Palästina. In: *Erdkunde* 52, 201–218.
- SCHMID, C. (1991): Das Konzept des Rentier-Staates. Ein sozialwissenschaftliches Paradigma zur Analyse von Entwicklungsgesellschaften und seine Bedeutung für den Vorderen Orient. Münster, Hamburg (= *Demokratie und Entwicklung* 2).
- SHOUJ, J. (1985): The Impact of Tourism on the Bedouin of Petra. In: *Middle East Journal* 39, 277–291.
- VORLAUFER, K. (1996): *Tourismus in Entwicklungsländern*. Darmstadt.
- WAHAB, S. (1996): Tourism and terrorism: Synthesis of the problem with emphasis on Egypt. In: PIZAM, A. a. MANSFELD, Y. (Eds.): *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester et al., 175–186.