

VOM TOURISTENZIEL ERSTEN RANGES INS ABSEITS?

Zur Entwicklung des Tourismus im Libanon

von Georg Glasze

Vom Tourismussektor wird im Libanon vielfach ein entscheidender Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes nach dem Ende des Bürgerkrieges erwartet (vgl. Ministère du Tourisme 1996; Mokbel 1999). In einer Zwischenbilanz ein knappes Jahrzehnt nach der Einstellung der Kämpfe wird im folgenden hinterfragt, ob die Entwicklung des Tourismussektors diesen Hoffnungen gerecht wird bzw. zukünftig gerecht werden kann.

Zum Verständnis der heutigen Situation und ihrer Wahrnehmung im Libanon wird zunächst das rasante Wachstum des Tourismus in den 60er Jahren sowie der Zusammenbruch mit Beginn des Bürgerkrieges dargestellt. Ein Vergleich mit der dynamischen Entwicklung des Tourismus in einigen Nachbarländern zeigt, daß der Tourismussektor im Libanon sich nach dem Ende des Bürgerkrieges in einem stark veränderten Umfeld wiederfindet und nur mit Schwierigkeiten an die „goldenen Zeiten“ vor dem Bürgerkrieg anknüpfen kann.

BOOM, ZUSAMMENBRUCH UND WIEDERBELEBUNG – DIE ENTWICKLUNG VON 1960 BIS 1998

Die 60er und frühen 70er Jahre – der Libanon als Relaisstation zwischen Orient und Okzident

In den 60er und frühen 70er Jahren entwickelte sich der Libanon zur wichtigsten Tourismus-Destination des Nahen Ostens (vgl. Abbildung 1 und Abbildung 2). Im Spitzenjahr 1972 besuchten über zwei Millionen Ausländer den Libanon. Den größten Anteil stellten Syrer (1.232.903), die jedoch überwiegend als Arbeitsmigranten ins Land kamen. Sie werden i. d. R. aus den Tourismusstatistiken ausgeschlossen. Aus der Arabischen Welt reisten 577.186 Personen und aus nichtarabischen Ländern 470.973 Personen in den Libanon ein. Tournier schätzt die Zahl

der ausländischen Touristen für 1972 auf 1,3 Millionen und schließt dabei 490.000 der 1,2 Millionen Syrer als Touristen ein. Dazu kamen noch ca. 200.000 Rundreisende, die nur eine Nacht im Land verbrachten (1974: 369).

Damit besuchten zu jener Zeit mehr Ausländer den Libanon als Syrien (ca. 800.000), Ägypten (ca. 350.000) und Jordanien (ca. 300.000). Nach World Tourism Organisation (WTO) Angaben begaben sich ca. 50 Prozent aller Touristen, die Anfang der 70er Jahre in den Nahen Osten reisten, in den Libanon. Tournier wertet das Land 1974 daher als das „premier pays touristique du Moyen-Orient“. Noch deutlicher wird die Vorrangstellung des Libanon bei den Einkünften aus dem internationalen Tourismus: Diese betrugen 1970 fast 130 Mio. Dollar im Vergleich zu ca. 65 Mio. in Ägypten, ca. 30 Mio. in Syrien und ca. 12 Mio. in Jordanien. Auch die nichtarabischen Nachbarn Israel und die Türkei erzielten zu Beginn der 70er Jahre mit ca. 100 bzw. ca. 65 Mio. Dollar pro Jahr geringere Einkünfte aus dem Tourismus als der Libanon.

Drei Tourismusarten trugen zu dieser Entwicklung bei: Wichtigste Einnahmequelle war der arabische Tourismus – über ein Drittel der Touri-

sten kam aus der arabischen Welt. Berücksichtigt man auch die Ausgaben der arabischen Studenten, die an den renommierten Universitäten in Beirut studierten, so erzielte der libanesische Tourismussektors Anfang der 70er Jahre über die Hälfte der Einkünfte von arabischen Touristen (Tournier a. a. O.).

Der Direktor des National Council of Tourism Nasser M. Safiedinne

schätzt rückblickend die Bedeutung der Touristen aus den Golfstaaten besonders hoch ein. Diese verbrachten häufig den ganzen Juli und August in den Sommerfrische-Orten wie Bhamdoun und Aley – was sich dort in einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer

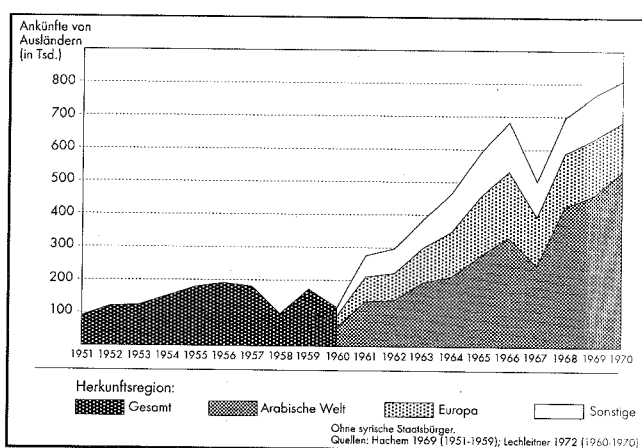


Abbildung 1: Ankunft von Ausländern im Libanon, 1951 bis 1970

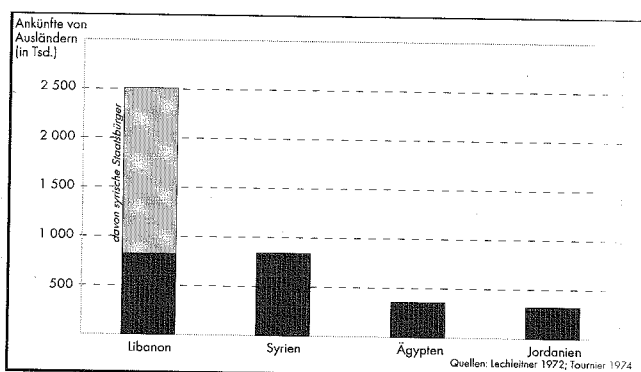


Abbildung 2: Ankünfte von Ausländern im Libanon und einige Ländern der Region 1970

arabischer Touristen von mehr als vier Wochen niederschlug. Von ihren Ausgaben profitierten somit

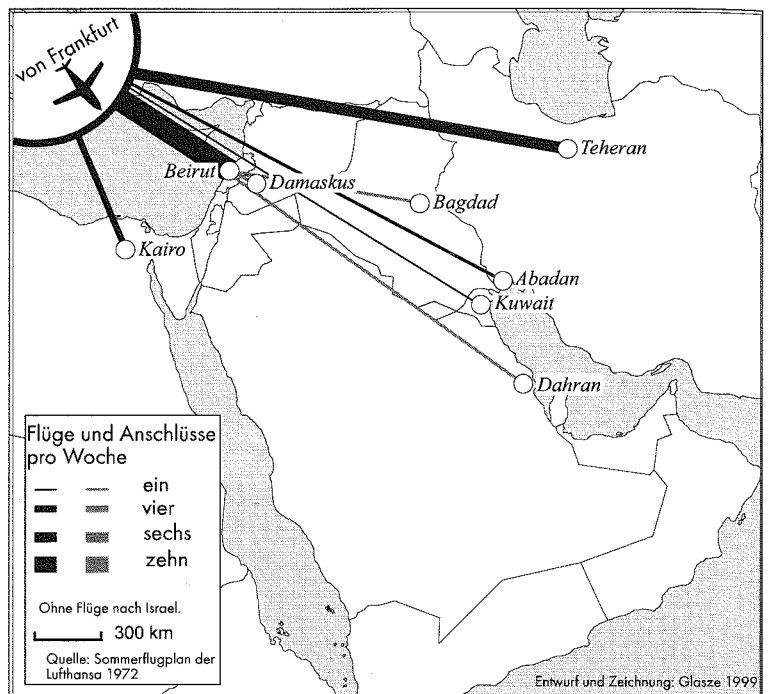


Abbildung 3: Linienflüge der Lufthansa in den Nahen Osten 1972

Eine zweite wichtige Rolle spielte der Geschäftsreiseverkehr. Beirut hatte sich dank eines liberalen Wirtschaftssystems zur ökonomischen Relaisstation zwischen dem Nahen Osten und den westlichen Staaten entwickelt. Wer Geschäfte im Nahen Osten tätigen wollte, war meistens gezwungen, Beirut zumindest zu passieren. Beirut hatte den modernsten und größten Flughafen der Region – Direktflüge von Europa oder Amerika in andere Staaten des arabischen Nahen Ostens existierten nur wenige (vgl. Abbildung 3). War eine internationale Firma in diesem Raum präsent, dann war ihre Vertretung fast durchweg in Beirut angesiedelt.

Daneben spielte der Erholungs- und Kulturtourismus aus Europa eine gewisse Rolle. Auch hier profitierte der Libanon von der Rolle Beiruts als Ausgangsstation für Reisen in die arabischen Nachbarländer – vor dem arabisch-israelischen Krieg 1967 auch für Reisen nach Israel. Der Libanon bot in diesem Zeitraum neben Ägypten als einziges arabisches Land Hotels und sonstige touristische Dienstleistungen hoher Qualität. Nach Angaben des Präsidenten des libanesischen Hotelbesitzerverbandes Pierre Achkar verfügte das Land 1974 über ca. 18.000 Betten. Hinzu kamen noch eine beachtliche Zahl möblierter Apartments, die besonders von Familien aus den Golfstaaten für die Sommermonate gemietet wurden.

Die 70er und 80er Jahre – der Libanon verschwindet von der Weltkarte des Tourismus

Nach dem Beginn des Bürgerkrieges 1975 brach der Touristenstrom in den Libanon innerhalb kurzer Zeit zusammen und verlagerte sich auf andere Destinationen. Im Bürgerkrieg wurden viele Hotels zerstört, die Luxushotels im Beirut-Zentrum waren der Ort schwerer Kämpfe und dienten später als Basen für unterschiedliche Milizen. Mit einigen Ausnahmen im Kesruan und im Metn wurden auch die Hotels außerhalb Beiruts zerstört, in Notunterkünfte für Flüchtlinge umgewandelt oder von Milizen besetzt. Wie Davie beschreibt, wurden aber andererseits während des Krieges auch neue Hotels gebaut. De facto dienten diese neuen Einrichtungen in Jouniye und den nördlichen Vororten von Beirut im Zuge der Etablierung von autonomen konfessionellen Territorien vorwiegend als Flüchtlingsunterkünfte (1993: 130).

Die 90er Jahre – Wiederaufbau unter schwierigen Rahmenbedingungen

Nach Ende des Bürgerkrieges im Jahr 1991 verfügte der Libanon noch über knapp 7.000 Hotelzimmer. Die Mehrzahl der Hotels konzentrierte sich auf West-Beirut und Jounieh – die geographische Verteilung entsprach damit der territorialen Logik des Krieges. Der Mangel an Hotels in potentiellen touristischen Zielorten (z. B. in Baalbek, im Chouf-Gebirge, im Norden und im Süden des Landes) und die fehlende touristische Infrastruktur (Beschilderung, Sporteinrichtungen, Bademöglichkeiten) sind teilweise bis heute ein Hindernis für die Erneuerung des internationalen Tourismus.

Abgesehen von Gebäuden und Infrastruktur schädigte der Krieg zwei traditionelle Stärken des libanesischen Tourismussektors: Zum einen emigrierten viele hochqualifizierte Fachkräfte der Tourismusbranche, und nur wenige kehrten seit Kriegsende wieder in den Libanon zurück. Diese Fachkräfte fehlen nun für die Wiederherstellung eines hochwertigen touristischen Services.

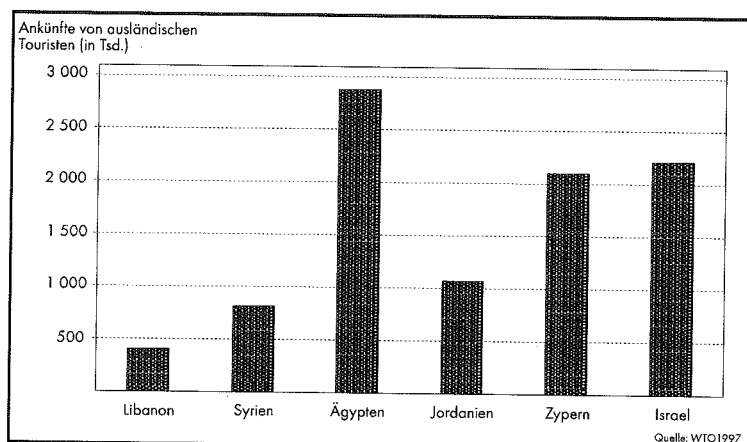


Abbildung 4: Ankünfte von ausländischen Touristen im Libanon und einigen Nachbarländern 1995

Zum zweiten nahm die landschaftliche Schönheit des Libanon während des Krieges enormen Schaden, der nicht wieder gut gemacht werden kann. Die Verlagerung der demographischen und wirtschaftlichen Zentren im Verlauf des Bürgerkrieges, in Verbindung mit dem Kapital aus Schmuggelgewinnen, Waffen- und Drogenhandel sowie Finanzhilfen aus dem Ausland führten zu einem Immobilienboom. In Zeiten fehlender staatlicher Ordnung entstanden eine Vielzahl illegaler Bauten und – zur Deckung des Bedarfs an Zement – Steinbrüche. Die landschaftliche Attraktivität des Libanon gehört entlang der Küste nördlich von Beirut in weiten Teilen der Vergangenheit an.

Außer den beschriebenen lokalen Faktoren muß sich der Tourismussektor im Libanon in den 90er Jahren einem deutlich veränderten regionalen Umfeld stellen. Die arabischen Nachbarländer bieten inzwischen selbst Flughäfen und Hotels für den internationalen Tourismus. Syrien und Jordanien haben sich auf den Kulturtourismus konzentriert, Jordanien baut dazu einen Bade-tourismus in Aqaba aus und Syrien etablierte einen arabischen Sommerfrische-Tourismus in Bludan-Zebedani und im Jabal Alaoui. Neue touristische Destinationen wie Zypern, die Türkei, Tunesien und die ägyptischen Ressorts am Roten Meer sowie am Golf von Aqaba haben in den 80er Jahren erfolgreich auf den internationalen Massentourismus gesetzt. Dem südlichen Nachbarn Israel gelang es, sowohl den Massen-, wie auch den Kultur- und Binnentourismus zu fördern (vgl. Abbildung 4). Die Nachbarländer haben also innerhalb von 25 Jahren eine vergleichbare oder bessere touristische Infrastruktur aufgebaut. Die arabischen Nachbarländer bieten zudem touristische Dienstleistungen durchweg preisgünstiger an.

Betrachtet man die drei Tourismusarten, die den Erfolg des Libanon vor dem Bürgerkrieg begründet haben, so wird deutlich, daß der Libanon nicht an die Situation vor dem Bürgerkrieg anknüpfen kann. Die Zentren des arabischen Tourismus im Mittelgebirge

Bhamdoun und Aley wurden während des Kriegs zerstört, in den Golfstaaten ist eine neue Generation herangewachsen, die sich an andere Destinationen für den Sommerurlaub gewöhnt hat (z. B. Syrien, Ägypten, europäische Mittelmeerküste). Die Rolle Beiruts als ökonomische Hauptstadt des Vorderen Orients sowie die Vorrangstellung des Beiruter Hafens und des Flughafens

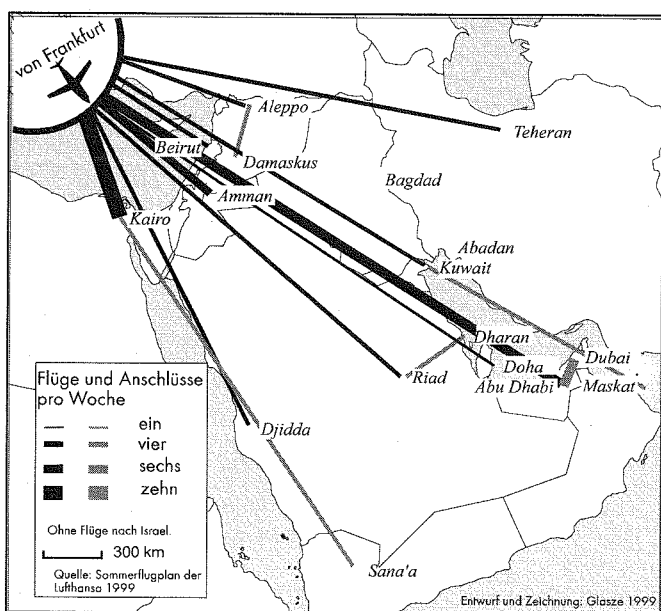


Abbildung 5: Linienflüge der Lufthansa in den Nahen Osten 1999

gehört der Vergangenheit an – der Libanon hat seine Rolle als „gateway“ für den Nahen Osten verloren (Abbildung 5). Die Vertretungen internationaler Firmen in der Region verteilen sich jetzt auf Amman, Kairo, Dubai, Abu Dhabi und Zypern und damit auch der entsprechende Geschäftsreiseverkehr.

Angesichts der irreversiblen Degradation großer Abschnitte der Küste und des hohen Preisniveaus hat der Libanon große Schwierigkeiten, auf dem Markt des Massentourismus aus Europa gegen die Konkurrenz von Ländern wie Ägypten, Tunesien oder Zypern zu bestehen. Selbst im Segment des Kulturtourismus aus den westlichen Staaten wird der Libanon sich nur mit Schwierigkeiten etablieren können. Davie weist darauf hin, daß Beirut peripher zu den etablierten Kulturreise-Routen im Nahen Osten liegt. Das „Muß“ auf libanesischem Boden, die Tempel von Baalbek, kann im Rahmen eines Tagesausflugs von Damaskus angesteuert werden (1993). Er befürchtet, daß der Libanon zu einer „Sackgasse“ des Kulturtourismus im Vorderen Orient wird. Eine Karte der Routen, die von einem der führenden deutschen Studienreise-Veranstalter 1999 in der Region angeboten werden, bestätigt diese Befürchtung allerdings nur teilweise (vgl. Abbildung 6). Der zentrale Faktor für die Entwicklung des Kulturtourismus ist das Bild des Libanon in der westlichen Welt, das zu einem überwiegenden Teil nach wie vor von den kriegerischen Auseinandersetzungen in dem von Israel besetzten Südlibanon bestimmt wird – für die äußerst sicherheitsensible touristische Nachfrage beinahe ein k. o.-Faktor.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen ist es dem Libanon gelungen,

die jährlichen Touristenankünfte seit 1992 kontinuierlich um ca. 15 bis 25 Prozent pro Jahr zu steigern. Besuchten 1992 weniger als 200.000 Touristen das Land, so verdreifachte sich diese Zahl bis 1998 auf über 600.000. Die Einreise von ca. 2 Millionen Syrern pro Jahr berücksichtigt das libanesisches Tourismusministerium nicht. Es schätzt, daß ca. 10 Prozent der Syrer für touristische Zwecke in den Libanon reisen.

Besonders dynamisch entwickelt sich die Ankunft von Touristen aus den arabischen Ländern. Eine Grundlage dieser Entwicklung

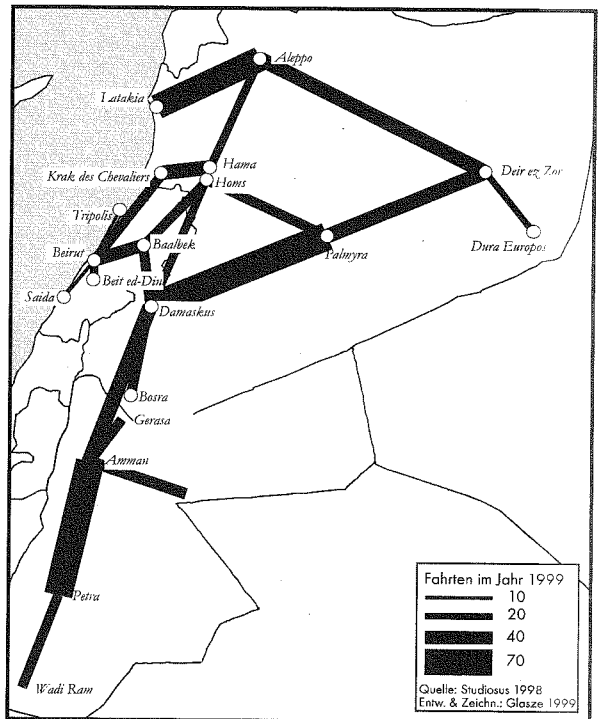


Abbildung 6: Touren des Kulturreise-Veranstalters „Studio-sus“ im arabischen Nahen Osten 1999

sind die libanesischen Medien, die in arabischer Sprache das Bild eines friedlichen, wirtschaftsliberalen Libanon in die Golfstaaten vermitteln. Die geographische und kulturelle Nähe, die gemeinsame Sprache, das gemäßigte Klima im Gebirge sowie die libanesische Gastronomie und nicht zuletzt das in der Region einmalige Beiruter Nachtleben wirken (wieder) als Magneten. Der Direktor des *National Council of Tourism* berichtet, daß fast 10 Prozent der kuweitischen Staatsbürger ihren Sommer (wieder) im Libanon verbringen. Einige Immobilienprojekte im Mittelgebirge richten ihr Marketing erfolgreich auf ein zahlungskräftiges Klientel aus den Golfstaaten aus – so vermarktet das saudische Unternehmen Dallah die Anlage „Broumana Oasis“ erfolgreich als Sommerwohnsitz an Golfaraber. Auch der Geschäftsreiseverkehr ist in den letzten Jahren kontinuierlich angewachsen – dies ist allerdings in erster Linie auf den Wiederaufbau des Beiruter Stadtzentrums und der libanesischen Infrastruktur zurückzuführen.

Anders stellt sich die Situation des Tourismus aus Europa dar. Zwar weist auch hier die Statistik steigende Zahlen aus und zählt 1998 fast 200.000 Ankünfte (vgl. Abbildung 7).

Nach Schätzungen des libanesischen Tourismusministeriums stellen allerdings Libanesen, die während des Kriegs ausgewan-

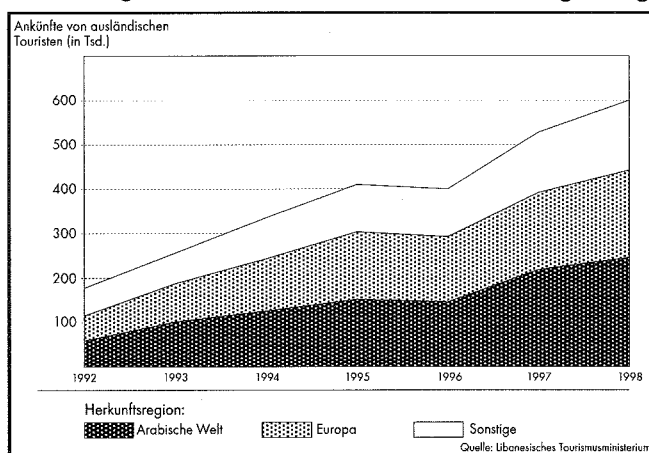


Abbildung 7: Entwicklung der Touristenankünfte im Libanon in den 90er Jahren
 dert sind und für die Sommerferien in ihre alte Heimat zurückkehren, über die Hälfte dieser „Touristen“. Das heißt hinter diesen Zahlen „versteckt“ sich ein beachtliches Klientel für den libanesischen Tourismus – die Emigranten. Das Potential europäischer und nordamerikanischer Kulturtouristen läßt sich nach Beurteilung des Tourismusministeriums angesichts der unsicheren Situation im Südlibanon nur zu einem geringen Teil erschließen.

Im Jahresgang der Ankünfte von Ausländern zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Besuchern aus Europa und den Besuchern aus der Arabischen Welt. Bei den europäischen Gästen zeigt sich ein Maximum im April – der attraktivste Monat für Kulturreisen in den Nahen Osten. Die Besucher aus arabischen Ländern reisen dagegen vor allem in den heißen Sommermonaten in den Libanon, der Zeit der Sommerfrische im Gebirge. Es ist zu vermuten, daß die Sommermaxima bei den Gruppen der Europäer und der „Sonstigen“ überwiegend von libanesischen Emigranten-

ten gebildet werden, die in den Sommermonaten in ihr ehemaliges Heimatland zurückkehren – ähnlich wie die Libanesen, die als temporäre Arbeitsemigranten in den Golfstaaten leben (vgl. Abbildung 8).

Über den Binnentourismus, der in der Vorkriegszeit das vierte Segment des libanesischen Tourismus bildete, liegen für die 90er Jahre keine Angaben vor. Sein Anteil an den Einnahmen des Tourismussektors werden allerdings von Tourismusministerium und Hotelbesitzerverband übereinstimmend als recht gering eingeschätzt. Ursache ist die sozioökonomische Erosion der libanesischen Mittelschicht, für die ein Urlaub im Ausland eher erschwinglich ist als im Libanon selbst. Die traditionelle Sommerfrische der Wohlhabenderen in Hotels und Villen wird seit den 80er Jahren von privaten und umfassend ausgestatteten Resorts an den Stränden und im Gebirge verdrängt – z. T. eine Folge des Krieges.

Deutliche Fortschritte zeigen sich bei der touristischen Infrastruktur. Beirut verfügt seit April 1998 wieder über einen der modernsten Flughäfen der Region. Die wichtigsten Sehenswürdigkeiten wurden wieder zugänglich gemacht – teilweise im Rahmen sogenannter Build-

Operate-
Transfer Ver-
einbarungen
mit der Privat-
wirtschaft. So
wurden die
Anlagen um die
Tropfsteinhöhle
in *Jeita* von
privaten Inve-
storen wieder
hergestellt. Die
Einnahmen des
Betriebes
kommen jetzt
für 18 Jahre
diesen Investo-
ren zu gute,
danach gehen
die Anlagen in
den Besitz des Tourismusministeriums über.

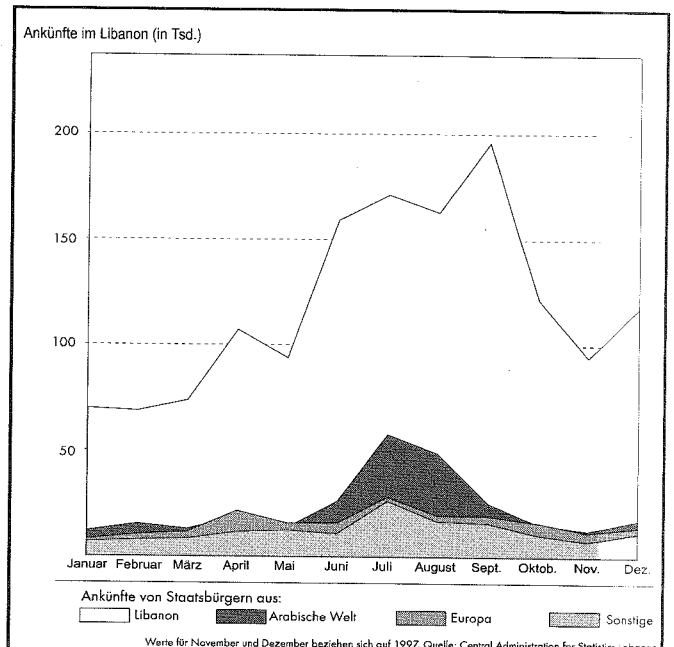


Abbildung 8: Jahresgang der Ankünfte von Ausländern und Libanesen im Libanon

Der Ausbau des Straßennetzes schreitet voran, womit allerdings vielfach weitere Beeinträchtigungen des Landschaftsbildes verbunden sind. Anfang 1999 stehen im Land wieder mehr als 10.000 Hotelzimmer zur Verfügung, bis 2002 werden weitere 3.000 Zimmer hinzukommen. Im Sektor der Luxushotels warnte der Präsident des libanesischen Hotelbesitzerverbandes Anfang 1999 bereits vor Überkapazitäten. Gleichzeitig fehlen aber nach wie vor Hotels der Mittelklasse, die von Gruppenreisen in den touristischen Zielen außerhalb Beiruts (z. B. Baalbek, Byblos, Eh-

den, Chouf) oder auch als Ergänzung des Kulturtourismus an den Stränden nachgefragt werden könnten.

Mit mehr als 600.000 ausländischen Besuchern erreichte der Libanon 1998 etwa drei Viertel der Besucherzahlen der Spitzenjahre zu Beginn der 70er Jahre. Angesichts der Versiebenfachung der Ankünfte von Touristen im Nahen Osten zwischen 1970 und 1995 liegt der Marktanteil des Libanon an den Gesamtankünften im Nahen Osten damit allerdings nur noch bei einigen Prozent (vgl. Abbildung 9).

Höher ist der Marktanteil an den Einnahmen aus dem Tourismussektor – etwa 10 Prozent. So erzielte der Libanon 1995 mehr Einkünfte aus dem internationalen Tourismus als Jordanien, obwohl Jordanien mehr als doppelt so viele Besucher begrüßte. Grund sind die hohen durchschnittlichen Ausgaben der Touristen im Libanon. Nach Angaben der WTO gibt jeder Tourist im Libanon mit 1.766 US-Dollar fast dreimal soviel aus wie der Durchschnitt aller Touristen im Nahen Osten.

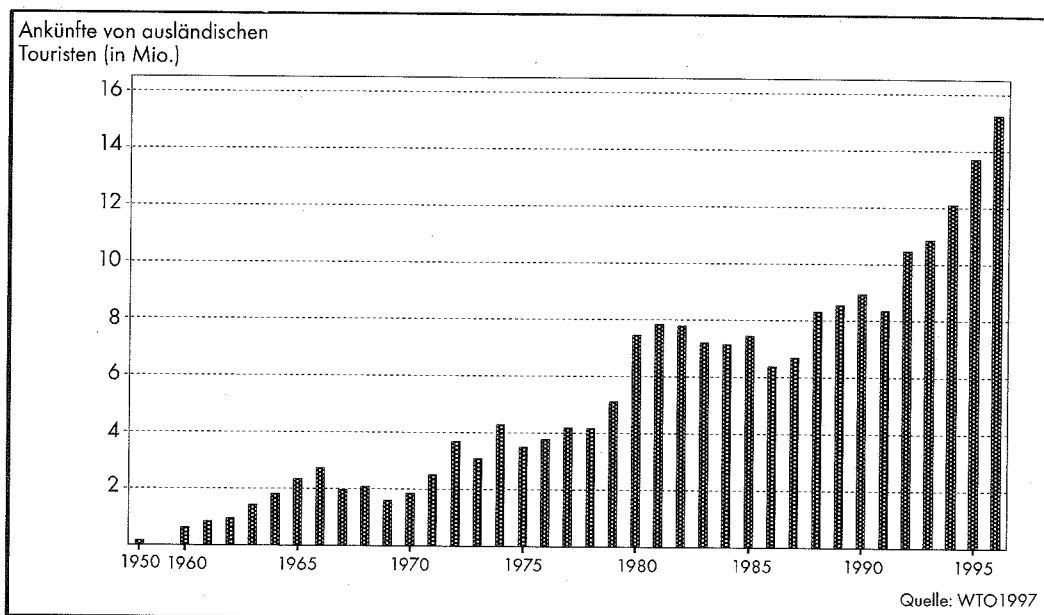


Abbildung 10: Entwicklung der Touristenankünfte im Nahen Osten 1950–1996

Perspektiven des Tourismussektors im Libanon

Mit dem Ziel, die heutigen Potentiale des Tourismus im Libanon darzustellen und konkurrenzfähige touristische „Produkte“ des Libanon zu benennen, haben das libanesische Tourismusministerium, die United Nation Development Program (UNDP) und die WTO 1995 eine Studie erstellt. Darin wird die Vermarktung folgender fünf Angebote vorgeschlagen:

- Sommerfrische für arabische Touristen, die libanesische Oberschicht und libanesische Emigranten
- Wintersport für die libanesischen Gastarbeiter in den Nachbarstaaten, die libanesische Oberschicht, libanesische Emi-

granten sowie Europäer, die im Libanon bzw. den Nachbarstaaten leben

- Badetourismus für die libanesischen Oberschicht und libanesischen Emigranten
- kultureller und religiöser Tourismus für Europäer und Emigranten
- regionaler und überregionaler Kongreß- und Messentourismus

Während der Wintersport und mit Einschränkungen auch die Sommerfrische im libanesischen Gebirge einzigartige Angebote im Nahen Ostens sind, muß sich der Libanon mit den weiteren Angeboten gegen die Konkurrenz der Nachbarländer etablieren. Konsequenterweise konzentriert das libanesisches Tourismusministerium seine Aktivitäten auf die Werbung für Sommerfrische und Wintersport. Es präsentiert den Libanon auf Messen in Dubai, Bahrain, Djidda, Kuwait sowie Kairo und veranstaltet regelmäßig mit privaten Partnern aus der Tourismusindustrie spezielle „Festivals“, um arabische Gäste anzulocken – eine Idee, die vom Konkurrenten Dubai übernommen wurde. So folgte auf das „Arab Tourism Festival“ im Sommer 1997 das „Festival of the Lebanese Cuisine“ im Sommer 1998. Wie Leila Khatar, die Leiterin des Tourism Promotion Department erläutert, war das „Ski-Tourism-Festival“ im Winter 1997/98 speziell auf die libanesischen Gastarbeiter in den Golfstaaten ausgerichtet (vgl. Abbildung 10). Für den August 1999 ist ein weiteres „Shopping Festival“ geplant.

Außer Informationsbüros in Djidda (Saudi-Arabien) und Kairo unterhält das Ministerium seit 1992 auch wieder Büros in Paris, London und Frankfurt und präsentiert den Libanon gemeinsam mit Partnern aus der Privatwirtschaft auf der International Tourism Börse (ITB) in Berlin und weiteren wichtigen Tourismusmessen in Zürich, Paris und London. Mit Informationsmaterial in englischer, französischer und deutscher Sprache möchte das Ministerium auf den wichtigsten westlichen Märkten präsent sein, um nach Fortschritten im Friedensprozeß das Potential für den Kulturtourismus aus Europa erschließen zu können.

RESÜMEE: WEDER „ERSTER RANG“ NOCH „ABSEITS“ – DER LIBANON ALS EIN BEDEUTENDES TOURISTENZIEL IM NAHEN OSTEN

Der Tourismus im Libanon profitierte vor dem Bürgerkrieg von der mangelhaften bzw. fehlenden Ausstattung der Nachbarländer mit touristischer Infrastruktur. Für den ohnehin schwierigen Wiederaufbau des Tourismus nach dem Ende des Bürgerkrieges verfügt das Land über diesen Vorteil jedoch nicht mehr. Zypern hat seit den 70er Jahren die Infrastruktur für einen Badetourismus großen Stils geschaffen, Syrien und Jordanien sind inzwischen so gut ausgestattet, daß Kulturtouristen, die nach

Damaskus, Aleppo oder Petra wollen, nicht den Libanon als Ausgangsbasis brauchen. Im Gegenteil, der Libanon bleibt auch fast ein Jahrzehnt nach Ende des Bürgerkrieges abseits der Ströme westlicher Kulturtouristen im Nahen Osten.

Die Beschwörung der „goldenen Zeiten“ des libanesischen Tourismus verstellt daher den Blick auf die heutigen Anforderungen und Chancen. Während in den 70er Jahren fast ausschließlich Angehörige der sozio-ökonomischen Oberschichten Europas und des Nahen Ostens zu Reisen in die Region aufbrachen, partizipieren heute wesentlich breitere Schichten sowohl aus Europa als auch aus dem Nahen Osten am Tourismus in der Region. Als kleines, an der Küste sehr dicht bevölkertes und teures Land ist der Libanon aber nicht in der Lage, im selben Umfang wie vor dem Bürgerkrieg von der gewachsenen touristischen Nachfrage zu profitieren. Die Konzentration des Tourismusmarketings auf die drei Felder arabischer Sommertourismus, Wintersport und westlicher Kulturtourismus erscheint daher als vielversprechend. Der Erfolg der staatlich gesteuerten Tourismusentwicklung in Dubai, Ägypten und Tunesien legt nahe, auch vom libanesischen Staat ein aktiveres Engagement in der Entwicklung des Tourismus einzufordern.

Kontinuierlich steigende Touristenzahlen sind ein Zeichen, daß es dem Libanon gelingen kann, trotz der schwierigen internen und internationalen Rahmenbedingungen wieder einen bedeutenden Platz auf der touristischen Karte des Nahen Ostens zu erlangen. Allerdings wird der Libanon auch mittelfristig nicht mehr die Vorrangstellung im Tourismus der Region einnehmen können, die eine historisch einmalige Situation in den 70er Jahren ermöglichte – selbst dann nicht, wenn man eine positive Weiterentwicklung des Friedensprozesses im Nahen Osten unterstellt.

Dipl.-Geogr. Georg Glasze ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Centre for Research on the Arab World, Geographisches Institut der Universität Mainz. Seine Forschungsinteressen sind sozial- und wirtschaftsgeographische Umwelt-, Tourismus- und Stadtforschung. In seinem Dissertationsprojekt untersucht er die Entwicklung und sozialen Folgen von „gated communities“ im Libanon.

Literatur

Buccianti, L. (1975), *Tourisme villégiature dans la montagne libanaise: deux exemples précis: Bhamdoun-Gare et Bhamdoun*. Mémoire en Géographie Université Libanaise, Beirut

Dagher, D. (1996), „Un tourisme à sauver“, in: *Le Commerce du Levant*, 5388, 23-24

Davie, M. F. (1994), „Guerres, idéologies et territoires: l'urbanisation récente de la côte libanaise entre Jbayl et Sayda“, in: *Annales de Géographie* (Paris); 575, 57-73

- Davie, M. F. (1993), „L'infrastructure hôtelière au Liban. État des lieux et inadaption du parc dans un Moyen-Orient en paix“, in: *Annales de Géographie* (Beyrouth) 14, 129-153
- Hachem, N. (1969), *Libanon. Sozio-ökonomische Grundlagen*. (Schriften des Deutschen Orient-Instituts). Opladen
- Lechleitner, H. (1972), *Die Rolle des Staates in der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung Libanons*. (= Wiener Geographische Schriften 36/37), Wien
- Matar, E. M. (1997), *Tourism demand in Lebanon*. Unveröff. Master-Thesis an der American University of Beirut
- Merchak, J. T. (1972), *Le tourisme sur le littoral du Liban-Nord*. Memoire en Géographie. Université Libanaise, Beirut
- Ministère du Tourisme (Hrsg. 1996), „Le Liban, un Avenir: le Tourisme; Plan de Reconstruction et de Développement Touristique du Liban. Dossier de Communication“. Beirut
- Ministère du Tourisme; Organisation Mondiale de Tourisme und Programme des Nations Unies pour le Développement (Hrsg. 1995), *Plan de Reconstruction et de Développement Touristiques: Rapport d'Analyse et Diagnostic*. Beirut
- Ministry of Tourism (Hrsg.) (1997), *Tourism in Lebanon: Statistical Analysis*. Beirut
- Mokbel, L. (1999), „Quel Tourisme pour le Liban?“, in: *Commerce du Liban* Nr. 5453, 18-19
- o. A. (1993), „Flicker of Life. Tourism in Lebanon“, in: *The Middle East*, June 1993, 36-37
- o. A. (1999), „Call to stop hotel building“, in: *Lebanon Opportunities* 3/99, 44-45
- Prost-Tournier, J.-M. (1974), „Le Liban: premier pays touristique du Moyen-Orient arabe“, in: *Revue de Géographie du Lyon*, 49. Jg. Nr. 4: 369-376
- World Tourism Organization (1997), *Yearbook of Tourism Statistics*. Madrid