

**Torsten H. Kirstges**

**Julia Zimfer**

# **Harter Tourismus?**

**Eine kritische Analyse des Tourismus  
in Ägypten!**



# Harter Tourismus?

Eine kritische Analyse des Tourismus in Ägypten!

von  
Prof. Dr. Torsten Kirstges  
und  
Julia Zimfer

**Online-Version / Textauszüge**

**Eine vollständige und gedruckte Version  
mit besserer Bildqualität ist erhältlich (s. letzte Seite)**

Dr. Kirstges' Buch- und Musikverlag  
Wilhelmshaven  
2012

**Kirstges, Torsten / Zimfer, Julia**  
**Harter Tourismus?**  
**Eine kritische Analyse des Tourismus in Ägypten!**

1. Auflage

Dr. Kirstges' Buch- und Musikverlag

Wilhelmshaven 2012

ISBN: 978-3-935923-21-7

Copyright by Prof. Dr. Torsten Kirstges.

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Nachdruck, Bearbeitung bzw. Vervielfältigung, gleich durch welche Medien, auch auszugsweise, die nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung durch Prof. Dr. Torsten Kirstges zulässig sind.

Das vorliegende Buch ist mit großer Sorgfalt erarbeitet, sein Inhalt sorgfältig erwogen und geprüft worden. Alle Angaben erfolgen jedoch ohne Gewähr. Eine Haftung für Personen-, Sach- oder Vermögensschäden, insbesondere aus der Beherzigung von in diesem Buch erteilten Handlungsempfehlungen, ist ausgeschlossen. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier.

Dr. Kirstges' Buch- und Musikverlag

Wilhelmshaven 2012

ISBN 978-3-935923-21-7

Weitere Informationen, insbesondere Publikationen von  
Prof. Dr. Kirstges, siehe: **[www.Kirstges.de](http://www.Kirstges.de)**

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	5
Vorwort	7
1. Tourismus in Ägypten	13
1.1 Historische Entwicklung des Tourismus	13
1.2 Ägyptens Tourismus heute	14
2. Positive Auswirkungen des Tourismus auf Ägypten	16
2.1 Ökonomische Effekte	16
2.1.1 Erwirtschaftung von Devisen	17
2.1.2 Schaffung von Arbeitsplätzen	17
2.1.3 Multiplikatoreffekte	20
2.1.4 Ausbau der Infrastruktur	20
2.2 Ökologische Effekte	20
2.3 Sozio-kulturelle Auswirkungen	21
3. Negative Auswirkungen des Tourismus	22
3.1 Negative Auswirkungen des Tourismus auf die Wirtschaft	22
3.2 Negative ökologische Auswirkungen	22
3.3 Umweltsituation in Hurghada, dargestellt anhand von Bildern	25
3.4 Sozio-kulturelle Auswirkungen	28
3.4.1 Akkulturation & Kommerzialisierung von Sitten und Gebräuchen	28
3.4.2 Beznass als negative sozio-kulturelle Auswirkung des Tourismus in Ägypten	30
4. Empirische Studie: Diskrepanzen in Umweltorientierung, Werten und Wahrnehmung zwischen Einheimischen und Touristen Ägyptens	35
4.1 Auswertung der Fragebögen der Urlauber	37
4.2 Einstellungen und Werte der ägyptischen Einheimischen	48

5. Fazit der empirischen Untersuchung: Spannungsfelder zwischen Einheimischen und Touristen in Ägypten	60
6. Bestehende Initiativen zum Umweltschutz in Ägypten	65
6.1 The Green Star Hotel Initiative	66
6.1.1. Konzept dieser Initiative	66
6.1.2. Nachhaltiges Hotelmanagement am Beispiel Makadi Oasis	67
6.1.2.1. Nachhaltigkeitskonzept Makadi Oasis	67
6.1.2.2. Verbesserungsvorschläge Makadi Oasis	71
6.2 HEPCA	74
6.3 SEKEM	76
6.4 Red Sea Diving Safari	76
6.5 Weitere Beispiele einer nachhaltigen Hotelführung in Ägypten	78
7. Ausblick	79
Anhang	84
Quellenverzeichnis	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Literaturverzeichnis	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Homepageverzeichnis	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Persönliche Gespräche	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Bildnachweise	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Weiterführende Quellennachweise	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Aufl.	Auflage
asr	Allianz Selbstständiger Reiseunternehmen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
Diss.	Dissertation
d. h.	das heißt
et al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera
FIF	Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus
GM	General Manager
GSHI	Green Star Hotel Initiative
GTZ	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
Hrsg.	Herausgeber
i. d. R.	in der Regel
LE	ägyptisches Pfund

Mio.	Million(en)
Mrd.	Milliarde(n)
o. Ä.	oder Ähnliches
o. S.	ohne Seitenangabe
o. V.	ohne Verfasserangabe
RB	Reisebüro
RV	Reiseveranstalter
S.	Seite(n)
s.	siehe
TÜV	Technischer Überwachungs-Verein
u. a.	unter anderem
u. v. m.	und vieles mehr
WTO/UNWTO	World-Tourism-Organisation
Vgl.	Vergleiche
WTTC	World Travel and Tourism Council
WWF	World Wide Fund For Nature
z. B.	zum Beispiel

*„Wie es Leute gibt, die Bücher wirklich studieren, und andere, die sie nur durchblättern, gibt es Reisende, die es mit den Ländern ebenso machen: Sie studieren sie nicht, sie blättern sie nur durch.“  
(Fernandino Galiani, 1728–87, ital. Nationalökonom u. Schriftsteller)*

## **Vorwort**

Im Herbst 2009 fand in **Ägypten** die **Jahrestagung des Deutschen ReiseVerbands** (DRV) statt, bei der sich Ägypten in hervorragender Weise als touristisches Gastgeberland präsentierte. Im Januar **2011** begann in Ägypten die **Revolution**, die im Februar 2011 den bisherigen Präsidenten Muhammad Husni Mubarak zum Rücktritt zwang. Doch setzten sich die Unruhen im gesamten Jahr 2011 fort, so dass der Tourismus aus dem Quellmarkt Deutschland nach Ägypten um ca. 30% gegenüber dem Vorjahr einbrach; nicht wenige Hotels standen zeitweise fast leer. Im März **2012** präsentierte sich Ägypten in Berlin als **offizielles Partnerland der Internationalen Tourismus-Börse (ITB)**. Mit einer großartigen kulturellen Show und einer bewegenden Eröffnungsansprache des ägyptischen Ministers für Tourismus, Herrn H.E. Mounir Fakhri Abdel Nour, warb das Land um internationale Gäste. „Wo alles beginnt“ lautet der Slogan, mit dem potentielle Touristen angesprochen werden sollen. Sehr viel Geld hat Ägypten für diese Präsentationen ausgegeben. Doch kann der Tourismus dort nun wieder neu beginnen?

Noch während der ITB riet der Vorsitzende des Ausschusses für Tourismus des Bundestages, der CDU-Politiker **Klaus Brähmig**, von Reisen nach Ägypten ab. Die Zeitung „Hamburger Abendblatt“ berichtete: „**Brähmig empfahl den Deutschen, von Urlauben in Ägypten abzusehen.**“ „Uns erklärt man immer, dass die Strände am Roten Meer sicher sind und dass die Touristen bedenkenlos hinreisen können“, kritisierte er. Seiner Meinung nach sollten die deutschen Touristen sich aber fragen, "ob ein Urlaub in einem Land sinnvoll ist, in dem Menschenrechte missachtet werden und Minderheiten drangsaliert werden". Diese Werte müssten in einem Land beachtet werden, damit Touristen auch guten Gewissens hinreisen können. Der Tourismuspolitiker verlangte von Ägypten klare Signale, sich mehr für **Menschenrechte** zu öffnen. "Man will ja in Ägypten nicht nur das Meer und Pyramiden sehen, sondern auch das Leben der Menschen. Das Land sollte den Touristen nicht nur Strände und alte Kultur anbieten, sondern auch zeigen, dass es die christliche Minderheit schützt", so Brähmig. ... "Wenn Swimmingpools beispielsweise als pornografische Dekadenz des Westens angesehen werden, sollten wir Europäer das Land meiden." **Man könne**



**nicht das Geld der "verhassten" Europäer und Christen haben wollen, sie aber nicht als Menschen mit ihrer Kultur und Werten akzeptieren,** kritisierte er. ... Der Präsident des Deutschen Reiseverbandes, Jürgen Büchy, argumentierte, der **Tourismus trage zu Veränderungen in den jeweiligen Ländern bei.** Durch das **Miteinander der Menschen** werde ein Prozess der Auseinandersetzung in Gang gesetzt.“<sup>1</sup>

**Welcher Meinung soll man als Tourist folgen? Sind wir als deutsche Touristen in Ägypten wirklich willkommen? Nutzt unser Urlaubsaufenthalt dort der Verständigung der Völker? Tun die deutschen Veranstalter gut daran, Reisen nach Ägypten anzubieten?**

Mit Roadshows, Umbuchungs- und Rücktrittsgarantien, Preissenkungen oder der Argumentation nicht-überlaufener Tempelanlagen versuchten das Ägyptische Fremdenverkehrsamt und diverse deutsche Reiseveranstalter seit Ende 2011, den Tourismus wieder anzukurbeln. Doch schon in den Wochen nach der ITB gab es regelmäßig Pressemeldungen zu Problemen für Touristen in Ägypten:

---

<sup>1</sup> Zitate aus der Berichterstattung des Hamburger Abendblattes vom 5.3.2012. Brähmig hat kurze Zeit später einige dieser Aussagen, mit dem Hinweis darauf, falsch verstanden worden zu sein, relativiert bzw. korrigiert.



Abbildung 1: Presseberichte zu Entführungen von Touristen und dem Auftreten der Maul- und Klauenseuche in Ägypten<sup>2</sup>

**Wird die Rückkehr zu einer boomenden touristischen Destination gelingen?** Noch im Herbst 2011 formulierte Tourismusminister Nur das Ziel, bis 2017 die Gästezahlen von 2010 zu verdoppeln. Damals ging er allerdings noch davon aus, dass bei den Wahlen im November 2011 die Islamisten nicht mehr als 20-25% erzielen würden. Und selbst wenn: „Der Tourismus ist für unser Land extrem wichtig, und daran wird niemand drehen können.“<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Quellen: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/weltspiegel/art17,845058>; <http://www.ksta.de/jks/artikel.jsp?id=1331827621309>; <http://www.nachrichten.at/nachrichten/weltspiegel/art17,850245>; <http://www.heilpraxisnet.de/naturheilpraxis/keine-einfuhr-von-lebensmitteln-aus-aegypten-900619.php>; jeweils März 2012.

<sup>3</sup> Zitat nach Schwartz, Kapazitäten hochfahren. Vgl. zu den Ergebnissen der Parlamentswahlen das letzte Kapitel „Ausblick“ dieser Arbeit.

Gedankenwechsel: **Massentourismus** ist mit all seinen Konsequenzen zu einem zentralen Faktor im Prozess der Globalisierung geworden. Zwar bringt der Tourismus einen Wirtschaftsaufschwung mit sich, wird aber von zunehmend schwerwiegenden Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft Ägyptens begleitet und überschattet. Denn die durch die Reise entstehenden **Umweltbelastungen** bleiben nicht etwa in den Herkunftsländern der Touristen, sondern werden in die Zielgebiete exportiert.<sup>4</sup> Wo einst intakte Riffe lagen, wird heute nur noch eine Decke aus Plastikmüll vorgefunden. Der WWF ist der Ansicht, dass bis zum Jahr 2030 min. 60 % der Korallenriffe weltweit zerstört sein werden, was für Ägypten nicht nur ökologische, sondern auch schwerwiegende wirtschaftliche Folgen hätte.<sup>5</sup>

Selbst hunderte Kilometer von Städten wie Kairo und Hurghada entfernt, mitten in der Wüste, treibt der heiße Wind Plastiktüten vor sich her. Auf Rastplätzen und hinter Beduinendörfern stapeln sich Berge von nicht verrotten wollenden Plastikflaschen, Plastiktüten und Bauschutt. In Kairo selbst riecht man nicht nur, wie schadstoffbelastet die Luft ist, sondern man spürt es auch auf der Haut. Die Hitze, verstopfte Straßen und Abfallberge stellen die Schattenseiten der Millionenstadt dar. Doch nicht diese Umstände motivierten uns zu dieser Arbeit, sondern ein ganz bestimmtes Ereignis.

Im Sommer 2011 nahm Julia Zimfer, die als Gästebetreuerin eines Hotels in Ägypten arbeitete, an einem Safariausflug teil. Früh am Morgen stiegen die Gäste im Hochsommer in einen bereits vorklimatisierten Geländewagen und fuhren in die Wüste. Ungeachtet vorheriger Anweisungen des Reiseleiters, sich angemessen zu kleiden, erschienen einige Damen in knapper Bekleidung zu dem Ausflug. Ist dieses Verhalten pure Ignoranz, Respektlosigkeit oder einfach nur Bequemlichkeit? In der Wüste wurde die Gruppe mit einem Glas kühlen Sekt sowie kleinen Häppchen empfangen. Die Touristen, ausgerüstet mit Sektglas und Schnittchen, besichtigten die spärlich eingerichteten Häuser, in denen die Ärmsten der Armen völlig verschmutzt lebten. Zwar stellt dieses Beduinendorf eine Inszenierung für Touristen dar, dennoch gehören die dort lebenden Menschen und Kinder der Wirklichkeit an. Diese Ironie, die mitfühlenden und mitleidigen Gespräche über die furchtbaren Zustän-

---

<sup>4</sup> Vgl. Kirstges, Sanfter Tourismus, S. 20. Die vorliegende Studie richtet sich primär an den in Fragen der touristischen Nachhaltigkeit versierten Leser; ein entsprechendes Grundverständnis der Problematik wird daher zum besseren Verständnis der nachfolgenden Ausführungen vorausgesetzt. Für einführende und grundlegende Aspekte der Nachhaltigkeit und des sog. Sanften Tourismus sei auf dieses Werk „Sanfter Tourismus“ von Prof. Dr. Kirstges verwiesen.

<sup>5</sup> Vgl. [http://www.umweltschutz-news.de/news2004/newspro/newspro\\_archiv/arc6-2004.html](http://www.umweltschutz-news.de/news2004/newspro/newspro_archiv/arc6-2004.html), Abfrage 21.06.2011, Stand Juli 2004.

de in Ägypten zu hören, während am Sektglas genippt und gleichzeitig den am Boden sitzenden Beduinen mitleidig zugelächelt wurde, motivierten die Autorin dazu, über die Zustände und das Verhältnis zwischen Touristen und Einheimischen in Ägypten zu forschen.

Womöglich gibt es die heile Welt, die heute noch von der Tourismusindustrie vermarktet wird, bald vielerorts nicht mehr. Dennoch zählt der Tourismus in Entwicklungsländer<sup>6</sup> zu den größten Wachstumszweigen der weltweiten Wirtschaft. Auch für Ägypten stellte der Tourismussektor bis 2010 einen der wachstumsstärksten Wirtschaftszweige sowie einen der wichtigsten Arbeitsmärkte des Landes dar. Gleichzeitig ist er aber auch einer der größten Risikofaktoren für die Umwelt und deren knappen Ressourcen.

In der vorliegenden Arbeit wird zunächst ein kleiner Einblick in die Geschichte und die Situation des Tourismus in Ägypten gegeben. Anschließend werden die negativen und positiven **Effekte des Tourismus** auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft aufgezeigt, welche von offensichtlichen Auswirkungen wie der Verunreinigung von Wasser oder Zersiedelung der Landschaft bis zu Verhaltensänderungen der Einheimischen reichen. Auch auf das bislang kaum untersuchte Phänomen **Beznness** wird eingegangen.

Die Untersuchung basiert auf **zwei Befragungen**, nämlich von Urlaubern und Einheimischen, um die unterschiedlichen Wahrnehmungen aufzuzeigen und um anschließend die wichtigsten Probleme und **Spannungsfelder, die zwischen Einheimischen und Touristen bestehen**, darzustellen. Abschließend werden bereits bestehende Initiativen zur Nachhaltigkeit vorgestellt und Verbesserungsvorschläge erarbeitet.

Ziel der Arbeit ist es somit, herauszuarbeiten, ob ein sanfterer,<sup>7</sup> ein nachhaltiger Tourismus in Ägypten überhaupt möglich erscheint, wo genau die Chancen liegen, welche Probleme bestehen und wie diese behoben werden können. Insbesondere das problematische Verhältnis zwischen Tourist und Einheimischem soll in dieser Arbeit dargestellt werden.

---

<sup>6</sup> Es existiert bis heute weder eine einheitliche Definition noch eine Liste von Ländern, die zu **Entwicklungsländern** zählen. Als gemeinsame Merkmale werden relativ hohes Bevölkerungswachstum, geringe Lebenserwartung, niedriges Pro-Kopf-Einkommen, schlechte Gesundheitsversorgung, niedrige Alphabetisierungsrate, niedriger Lebensstandard u.a. angeführt. Im Verlauf dieser Arbeit wird Ägypten als Entwicklungsland bezeichnet, auch wenn es sich zurzeit im Transformationsprozess vom Entwicklungs- zum **Schwellenland** befindet. Auch die WTO zählt **Ägypten** zu der Gruppe der Entwicklungsländer.

<sup>7</sup> Vgl. Kirstges, Sanfter Tourismus, S. 23.

Wilhelmshaven, im April 2012

	<p><b>Julia Zimfer</b>, Bachelor of Arts, Jahrgang 1988, studierte von September 2008 bis Oktober 2011 an der Jade-Hochschule in Wilhelmshaven. Sie war von Anfang Februar 2011 bis März 2012, somit auch während der ägyptischen Revolution 2011, für die TUI u.a. als Animateurin in Makadi Bay, Hurghada, tätig. Dort konnte sie, auch dank privater Kontakte, tiefe Einblicke in den Ägyptentourismus sowie in die Lebens- und Denkweise der Ägypter gewinnen. Julia Zimfer arbeitet seit 2012 als Junior Product Managerin für den Bereich Orient bei FTI in München.</p>
	<p><b>Prof. Dr. Torsten Kirstges</b>, Jahrgang 1962, Professor für Tourismuswirtschaft, speziell für das Management der Reiseveranstalter und Reisemittler, an der Jade-Hochschule in Wilhelmshaven; Direktor des Instituts für innovative Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ITF); diverse Forschungsprojekte und Publikationen, speziell zum Themenbereich „Sanfter Tourismus/Nachhaltigkeit“; diverse Beratertätigkeiten für große und mittelständische Tourismusunternehmen; wissenschaftlicher Beirat des forum anders reisen.</p>

Kontakt: Prof. Dr. Torsten Kirstges, Jade-Hochschule, 26389 Wilhelmshaven

eMail: [Kirstges@aol.com](mailto:Kirstges@aol.com)

weitere Informationen im Web: [www.itf-whv.de](http://www.itf-whv.de) [www.jade-hs.de](http://www.jade-hs.de)

## 1. Tourismus in Ägypten

### 1.1 Historische Entwicklung des Tourismus

Der Tourismus in Ägypten blickt heute auf eine lange Geschichte zurück, wobei Pilgerwanderungen zu den berühmten Tempelstätten Oberägyptens, Ausflüge zu den Pyramiden von Gizeh sowie Schiffsverkehr auf dem Nil wahrscheinlich die Anfänge des Gastgewerbes in Ägypten darstellen.<sup>8</sup> Bereits während des napoleonischen Ägyptenfeldzuges (1798–1801) wurde Ägypten erstmalig systematisch erforscht und in den „Descriptions de l'Égypte“ (1809–1822) der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Bereits 1869 offerierte der Engländer Thomas Cook, mit dem Chartern zweier Nildampfer, die ersten organisierten Pauschalreisen nach Ägypten, und er initiierte zeitgleich die Form des damaligen Ferntourismus.<sup>9</sup> In den letzten Jahrzehnten fanden allerdings wiederkehrend politische Ereignisse statt, die den Tourismus in Ägypten negativ beeinflussten und infolgedessen für eine geringere Zahl an Touristenankünften und somit für weniger Einnahmen sorgten. Aus dem Golfkrieg 1991, der sich zwar über 1500 km von Ägypten entfernt abspielte, folgte für das Jahr 1991 ein Rückgang von 17,4 % der Ankünfte. Gefolgt von terroristischen Anschlägen in den Jahren 1993–1997, erfuhr der ägyptische Tourismus regelmäßig dramatische Rückgänge in den Ankunftsahlen.<sup>10</sup> Die jüngste Revolution im Januar/Februar 2011 brachte mit dem Ausbleiben der Gäste ca. 40 Mio. US-Dollar Einbußen pro Tag.<sup>11</sup> In Madinat Makadi, einer Anlage bestehend aus acht Anlagen und Clubs,<sup>12</sup> lag die Auslastung bis zu Beginn der Unruhen bei ca. 85 % und sank auf einen Wert von rund 3,5 % Anfang März ab. Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der internationalen Touristenankünfte der letzten Jahre in Ägypten:

---

<sup>8</sup> Vgl. Hachtmann, *Tourismus-Geschichte*, S. 26–27.

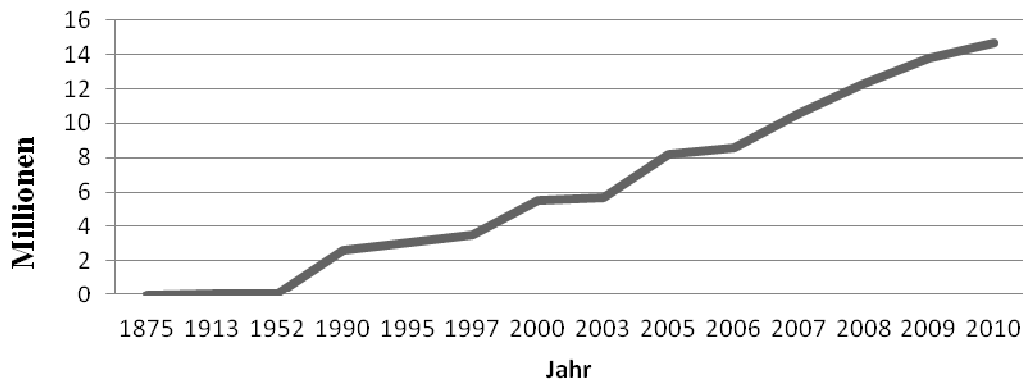
<sup>9</sup> Vgl. Strandl, *Tourismus in Entwicklungsländern*, S. 641.

<sup>10</sup> Vgl. ebenda, S. 644–650.

<sup>11</sup> Vgl. <http://www.tt.com/csp/cms/sites/tt/%C3%9Cberblick/Politik/PolitikContainer/2345170-8/die-revolution-in-%C3%A4gypten-braucht-volle-betten.csp>, Stand: 09.03.2011, Abfrage 22.05.2011.

<sup>12</sup> Iberotel Makadi Oasis, Sol Y Mar Makadi Club, Jaz Makadi Star, Jaz Makadi Sensimar, Sol Y Mar Makadi Sun, Iberotel Makadi Beach, Jaz Makadi Palms, Iberotel Aquapark.

Abbildung 2: Internationale Touristenankünfte in Ägypten



Quellen: Vgl. Ritter, *Der Fremdenverkehr*, S.626–653; Aderhold, et al., *Tourismus in Entwicklungsländer*, S. 20; UNWTO, *Tourism Highlights 2010 Edition*, S. 9.

In der vorliegenden Arbeit wird **Hurghada**, als größte touristische Metropole am Roten Meer, kurz vorgestellt und nachfolgend als Beispiel für touristische Städte verwendet. Anzumerken ist, dass zur Region Hurghada noch weitere Orte gehören, wie z. B. El Gouna, Sahle Hasheish, Makadi Bay, Soma Bay und Safaga.<sup>13</sup> Von 1900 bis 1920 stellte Hurghada einen Rastplatz für arabische Fischer aus Saudi-Arabien dar. Nachdem 1931 in diesem Gebiet Erdöl entdeckt wurde, siedelten sich zusammen mit der Industrie auch Transportunternehmen, Bauwirtschaft, Handwerker, Fischer und Händler an. 1978<sup>14</sup> begann in Hurghada die touristische Erschließung. Die Stadt profitierte von ihren natürlichen Gegebenheiten, den kilometerlangen Sandstränden, den bunten Korallenriffen sowie ganzjähriger Sonnengarantie.<sup>15</sup> Außer einigen Moscheen besitzt sie keine nennenswerten traditionellen ägyptischen Eigenschaften. Hurghada ist eine Stadt, die ihr Leben dem Tourismus verdankt und deren komplette Infrastruktur auf dessen Anforderungen ausgelegt ist.

## 1.2 Ägyptens Tourismus heute

Einen sehr wichtigen und den am stärksten wachsenden Wirtschaftszweig Ägyptens stellt der Tourismussektor dar. Ägypten besitzt mit seiner einzigartigen Geschichte und Kultur Wettbewerbsvorteile, die es mit anderen Destinationen unvergleichbar macht. Große Kon-

<sup>13</sup> Vgl. <http://www.hurghada-tourism.com/index-de.php?menu=1>, Stand 2008, Abfrage 12.05.2011.

<sup>14</sup> Vgl. <http://www.aegypten-tour-guide.de/aegypten-hurghada.html>, Stand 2011, Abfrage 12.05.2011.

<sup>15</sup> Vgl. <http://www.hurghada-tourism.com/index-de.php?menu=1&page=1>, Stand 2008, Abfrage 12.05.2011.

kurrenz besteht im Bereich des Strand- und Badeurlaubs, denn hier stellen bspw. Marokko, Tunesien oder die Türkei starke Konkurrenten dar, gegen die sich Ägypten in den nächsten Jahren abheben muss. 2010 betrug die Zahl der weltweiten internationalen Touristenankünfte [REDACTED] wobei rund [REDACTED] dem Mittleren Osten<sup>16</sup> und [REDACTED] Mio. Ägypten<sup>17</sup> hinzuzurechnen sind. [REDACTED] Mrd. USD wurden 2009 durch den internationalen Tourismus eingenommen, wovon [REDACTED] Mrd. auf den Mittleren Osten entfallen<sup>18</sup> und [REDACTED] Mio. auf Ägypten.<sup>19</sup> Der Inlandstourismus hingegen spielt in Ägypten zurzeit eine eher untergeordnete Rolle. Die ärmlichen Einkommensverhältnisse (ca. 1200–1500 USD Jahresgehalt), die nur ca. [REDACTED] % der gesamten Bevölkerung zu potenziell Tausenden machen, stellen den inländischen Tourismus als vergleichsweise unbedeutend dar. Allerdings wird versucht, vermehrt Gäste aus dem arabischen Raum als Urlauber zu gewinnen, da diese in der Regel längere Urlaube in Luxushotels buchen und auch Sehenswürdigkeiten abseits von Meer und Strand besichtigen.<sup>20</sup> Hierfür besitzt Ägypten eine optimale geografische Lage. Überwiegend existieren in Ägypten zwei Tourismusformen, der **Bade- und Strandtourismus** sowie der **Kulturtourismus**, eine Kombination dieser beiden Reisearten ist bis heute nur vereinzelt zu finden.<sup>21</sup> Meist werden lediglich ein- bis zweitägige Ausflüge nach Kairo oder Luxor von Reiseveranstaltern angeboten. Auch für Individualreisende besteht, insbesondere in Kairo, großes Potential; zurzeit stehen allerdings Sprachbarrieren, mangelnde Infrastruktur sowie fehlende Tourismusinformationen dieser Reiseform im Wege. In Hurghada hingegen ist alles auf den Tourismus abgestimmt. Dort betrug im Juli 2006 die Einwohnerzahl 86.791 (wobei die Autorin von einer weitaus höheren Zahl ausgeht, da zu Hurghada auch die in Punkt 2.1 erwähnten Regionen zählen), von denen spiegeln etwa 42,5 % 0–15-jährige Bewohner wider und nur 1,9 % Einwohner die über 65-jährigen. 145 Hotels mit insgesamt 36.733 Zimmern und einer Bettenkapazität von 63.466 wurden im Februar 2009 im Raum Hurghada gezählt (auch hier ist nicht festzustellen, welche Orte zu Hurghada gezählt wurden).<sup>22</sup> Durch die immer größer werdende Zahl an Touristenankünf-

<sup>16</sup> Vgl. UNWTO World Tourism Barometer, S. 2.

<sup>17</sup> Vgl. <http://www.taz.de/1/zukunft/konsum/artikel/1/revolution-stoert-tourismus/>, Abfrage 21.05.2011, Stand 01.02.2011.

<sup>18</sup> Vgl. Kester, UNWTO Tourism trends.

<sup>19</sup> Vgl. UNWTO, Tourism Highlights, S. 9.

<sup>20</sup> Vgl. Rady, Tourism, S. 6–11.

<sup>21</sup> Siehe Reisebeispiel:

[http://www.sekem-reisen.de/doc/ET\\_1\\_%C3%84gypten\\_Sekem\\_Hurghada\\_18Tg\\_AVENTERRA.pdf](http://www.sekem-reisen.de/doc/ET_1_%C3%84gypten_Sekem_Hurghada_18Tg_AVENTERRA.pdf), Abfrage 01.06.2011, ohne Stand.

<sup>22</sup> Vgl. <http://www.hurghada-tourism.com/index-de.php?menu=1&page=3>, Abfrage 23.05.2011, Stand 2008/2009.



ten entstehen nicht nur Chancen, sondern auch tourismusbedingte Probleme, auf die im weiteren Verlauf der Arbeit näher eingegangen wird.

## 2. Positive Auswirkungen des Tourismus auf Ägypten

Die Wirkungen des Tourismus sind abhängig vom bestehenden Tourismuskonzept im Ort, welches sich von Land zu Land stark unterscheidet. In Ägypten ist überwiegend die stationäre Form des Tourismus vorzufinden, die sich vor allem auf die **Touristenstädte Hurgada, Sharm el Sheikh, Marsa Alam oder Safaga** beschränkt. Abseits dieser Städte sind nur vereinzelt Touristen anzutreffen, was allerdings auch auf die fehlende touristische Infrastruktur zurückzuführen ist. Die positiven Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft, aber auch auf die Bevölkerung Ägyptens, werden im Folgenden näher betrachtet.

### 2.1 Ökonomische Effekte

Der Tourismus als Wirtschaftszweig lässt sich nur schwer als abgrenzbare Branche definieren, da er sich aus einem Leistungsbündel von unterschiedlichen Sachgütern und Dienstleistungen mit jeweils unterschiedlichen Leistungserbringern aus diversen Bereichen der Wirtschaft zusammensetzt. Neben den direkt zuordenbaren Branchen wie dem Luftverkehr oder dem Beherbergungswesen sind auch andere Wirtschaftsbereiche (z. B. die Landwirtschaft, Bauindustrie, Verkehrsmittelproduktion) an der Produktion des Tourismus beteiligt. Hinzukommt in Hurgada ein großer informeller Sektor,<sup>23</sup> der im Jahr [REDACTED] [REDACTED] Personen beschäftigte, was rund 47 % aller Erwerbstätigen ausmachte.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Der informelle Sektor ist eine Folge des Beschäftigungsproblems der Entwicklungsländer. Er umfasst die ökonomischen Aktivitäten der Menschen außerhalb formell geregelter Sektoren und ist gekennzeichnet durch arbeitsintensive Produktion, geringe Eintrittsschranken, einfache Technologien, schlechte Bezahlung, niedrige Qualifikationsanforderungen, die außerhalb des formalen Schulsystems erworben werden, sowie unregulierte, dem freien Wettbewerb unterworfenen Märkte.

<sup>24</sup> Vgl. Vennewald, Wirtschaftsentwicklung Ägypten, S.11.

### 2.1.1 Erwirtschaftung von Devisen

Der Tourismussektor stellt neben dem Export von fossilen Energieträgern, den Rücküberweisungen der ägyptischen Arbeiter aus dem Ausland und den Einnahmen aus dem Suezkanal, einen der wichtigsten Wirtschaftszweige und nach Aussage des European Journal of Economics den **wichtigsten Devisenbringer** des Landes dar.<sup>25</sup> Im Jahr 2010 betragen die Deviseneinnahmen Ägyptens [REDACTED]. Die Bruttodeviseneinnahmen der Entwicklungsländer aus dem internationalen Tourismus betragen im Jahr [REDACTED] [REDACTED] US-Dollar, was einem Anteil von 30 % an den weltweiten Einnahmen entspricht.<sup>27</sup> Zu betonen ist, dass die Brutto-Deviseneinnahmen den Anteil für die Finanzierung importierter Leistungen beinhalten. Das bedeutet, dass von den Brutto-Deviseneinnahmen noch eine sog. Sickerrate<sup>28</sup> abzuziehen ist, wobei geschätzt wird, dass die Nettodeviseneinnahmen im Durchschnitt bei ca. 60–80 % der Bruttoeinnahmen liegen.<sup>29</sup> Leider liegen für Ägypten keine genauen Zahlen über den Anteil an Importen für den Tourismus vor.

### 2.1.2 Schaffung von Arbeitsplätzen

Das **Tourismugewerbe in Ägypten** beschäftigte im Jahr 2010 [REDACTED] [REDACTED] % der Beschäftigten entspricht.<sup>30</sup> Weitere [REDACTED] Beschäftigte, die z. B. im Bauwesen, Nahrungsmittelbereich, Auto- und Kamelvermietung, Souvenirverkauf und -produktion usw. beschäftigt sind, sind indirekt vom Tourismus abhängig.<sup>31</sup> Durch den relativ geringen Bildungsgrad der Bevölkerung, aber gleichzeitig sehr hohen Anteil an jungen Arbeitskräften,<sup>32</sup> muss der ägyptische Arbeitsmarkt jährlich bis zu [REDACTED] Schul- und Universitätsabgänger absorbieren,<sup>33</sup> wodurch dem Tourismus eine besonders hohe arbeits-

<sup>25</sup> Vgl. Abbas, The Determinants of International Tourism, S. 50.

<sup>26</sup> Vgl. [http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Aegypten/Wirtschaft\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Aegypten/Wirtschaft_node.html), Abfrage 05.06.2011, Stand April 2011.

<sup>27</sup> Vgl. Aderhold et al., Tourismus in Entwicklungsländer, S. 26.

<sup>28</sup> Sickerrate = Bruttodeviseneffekt-Nettodeviseneffekt.

<sup>29</sup> Aderhold et al., Tourismus in Entwicklungsländer, S. 26.

<sup>30</sup> Eigene Berechnung.

<sup>31</sup> Vgl. Deutscher Bundestag, Tourismus in Entwicklungsländern, S. 8.

<sup>32</sup> Das Durchschnittsalter lag 2009 bei 24,8 Jahren.

<sup>33</sup> Vgl. [http://www.auswaertiges-amt.de/sid\\_6466320D148788BD13DF63FE6F6ED853/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Aegypten/Wirtschaft\\_node.html#doc363014bodyText3](http://www.auswaertiges-amt.de/sid_6466320D148788BD13DF63FE6F6ED853/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Aegypten/Wirtschaft_node.html#doc363014bodyText3), Abfrage 19.05.2011, Stand April 2011.

platzschaffende Wirkung zukommt.<sup>34</sup> Allerdings ist anzumerken, dass es sich bei den Arbeitsplätzen zum größten Teil um schlecht bezahlte und wenig qualifizierte Positionen mit der Abhängigkeit von Trinkgeldern und in Verbindung mit langen Arbeitszeiten handelt. Nicht selten sind höher qualifizierte und besser bezahlte Arbeitsplätze mit Personen aus den westlichen Industrieländern besetzt.<sup>35</sup> Selbst Studienabgänger finden im touristischen Bereich oft bessere Verdienstmöglichkeiten als Kellner oder Barmann als in ihrem erlernten Beruf. Ein studierter Französischlehrer, der im Makadi Oasis als **hotelangestellter Animateur**<sup>36</sup> tätig ist, verdient **monatlich netto** [REDACTED] [REDACTED] entspricht. Zum Vergleich verdient ein **Französischlehrer in Kairo etwa** [REDACTED], was ca. [REDACTED] LE entspricht.<sup>37</sup> Durch diese **enormen Gehaltsunterschiede** erscheinen die Gründe nachvollziehbar, auch aus den ländlichen Gebieten Oberägyptens in die touristischen Zentren zu ziehen. Die sozialen Veränderungen, die diese meist noch jungen Männer in Hurghada erleben, werden in Punkt 4.2.1 näher behandelt.



Fotos 1 und 2: „Show“-Töpfer-Werkstätten leben vom Tourismus

<sup>34</sup> Vgl. [REDACTED]

<sup>35</sup> Vgl. [REDACTED]

<sup>36</sup> D. h., dass die Entlohnung durch das Hotel erfolgt.

<sup>37</sup> Interview Amr, Animateur im Makadi Oasis, am 02.05.2011.



Foto 3: Ein studierter Ägypter mit sehr guten Deutschkenntnissen verdient seinen Lebensunterhalt als Reiseleiter (hier vor dem Hatschepsut-Tempel)

Da es in Ägypten keine [REDACTED] gibt, trifft ein Einbruch der touristischen Entwicklung, wie er revolutionsbedingt 2011 der Fall war, die Beschäftigten besonders hart. „Das einzige **soziale Auffangnetz** ist dann die **Großfamilie**, in der die Hilfebedürftigen Zuflucht finden. Der arabische Begriff dafür bedeutet „Suppe und Wasser“ – das Notwendigste zum Überleben. Dieses seit Jahrtausenden bewährte Prinzip ist nach wie vor intakt, und die Familienmitglieder greifen wie selbstverständlich denjenigen unter die Arme, die auf Unterstützung angewiesen sind.“<sup>38</sup> Dies erklärt auch, warum viele selbsternannte Gästeführer und Souvenirhändler so **penetrant auf die Touristen stürmen**, um einen Verkauf zur Sicherung des Lebensunterhalts zu tätigen, wobei gerade dieses Verhalten die Touristen oft abschreckt.

<sup>38</sup> Tondok, Suppe und Wasser, S. 2.

### 2.1.3 Multiplikatoreffekte

Neben der Schaffung von direkten Arbeitsplätzen in Hurghada bildet der Tourismussektor auch in anderen Sektoren langfristige Beschäftigungsmöglichkeiten und indirekte Einkommenseffekte. Hierzu ist zum einen eine [REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED] werden (s. hierzu auch Punkt 3.1.2).<sup>40</sup>

### 2.1.4 Ausbau der Infrastruktur

Die touristische Entwicklung kann auch zur Schaffung bzw. Verbesserung der öffentlichen Infrastruktur beitragen, insbesondere Hurghada ist in dieser Hinsicht ausgesprochen gut entwickelt. Es verfügt über einen modernen Flughafen [REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED] wesentlich schlechtere Situation.

## 2.2 Ökologische Effekte

Obwohl in der vorliegenden Arbeit überwiegend die negativen Effekte auf die Umwelt untersucht werden, gibt es dennoch einige positive Auswirkungen. Diese kommen bezogen auf Ägypten nach Meinung der Autoren allerdings nur aufgrund der **Ansprüche seitens der Urlauber** zu Stande. Diese **möchten in ihrer Urlaubsdestination eine intakte und schöne Umwelt vorfinden**, was oft Gründe für die Bemühungen für Umweltschutz in den Zielgebieten sind. In Ägypten sind diese deshalb [REDACTED]

[REDACTED]

---

<sup>39</sup> Vgl. Beyer et al., Tourismus als Handlungsfeld, S. 6.

<sup>40</sup> Vgl. Strasdas et al., Leitfaden, S. 24–25.

dass **Tourismus** dazu beiträgt, **Umweltschutz** in Ägypten zu fördern bzw. zu initiieren, zusätzliches Einkommen für ländliche Regionen schafft und zur Erhaltung des kulturellen Erbes beiträgt.

**Online-Version / Textauszüge**  
**(vollständige Version als Print-Buch, siehe letzte Seite)**



Foto 4: Bei den Pyramiden

### 2.3 Sozio-kulturelle Auswirkungen

Zu den wenigen positiven sozio-kulturellen Auswirkungen gehört u. a., dass traditionelle Sitten und Bräuche, wie z. B. der Tannoura- oder Bauchtanz, durch die regelmäßige Aufführung nicht in Vergessenheit geraten. Ein weiterer Aspekt ist, nach Meinung einiger

---

<sup>41</sup> Vgl. [REDACTED]

Wissenschaftler, die interkulturelle Begegnung bzw. die Völkerverständigung.<sup>42</sup> Die Meinung der Autoren schließt sich dem allerdings nicht an, denn die Fragebogenauswertung zeigt, dass seitens der [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] geringe Zahl an positiven Auswirkungen ausgeglichen.

### 3. Negative Auswirkungen des Tourismus

#### 3.1 Negative Auswirkungen des Tourismus auf die Wirtschaft

Im Laufe der letzten Jahre hat nicht nur die Touristenanzahl zugenommen, sondern auch die [REDACTED] sind drastisch um rund 50 % gestiegen (ein Kilo Zucker kostete in Hurghada im Sommer 2011 rund [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]. Sie ist somit letztlich abhängig von den internationalen Reiseveranstaltern.

#### 3.2 Negative ökologische Auswirkungen

Die meisten Kataloge der Reiseveranstalter sowie Websites von bekannten Reiseanbietern locken mit Werbeslogans wie:

[REDACTED]

---

<sup>42</sup> Vgl. [REDACTED]

<sup>43</sup> Vgl. [http](#) [REDACTED]

[REDACTED]

Sollte sich allerdings am Umgang mit der Umwelt nichts ändern, wird diesen Werbeslogans schon bald die Grundlage entzogen werden. Zahlreiche Umweltafzüge bedrohen nicht nur die einmaligen Korallenriffe, sondern auch die gesamte Ökosysteme des Meeres. Sollte die vielfältige Wasserwelt zerstört werden, werden mit ihr eine große Zahl an begeisterten Tauchern und Wasserweltliebhabern aus dem Bestand von der Destination Ägypten verschwinden. Negative Einflüsse des Tourismus auf die Umwelt können u. a. sein:

■ Zerstörung von [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

- [REDACTED]
- Zerstörung des Landschaftsbildes.

Gründe für solch negative Auswirkungen sind einerseits die fortschreitende Zunahme des Tourismus, andererseits der Trend zu immer kürzeren und häufigeren Reisen<sup>46</sup> in immer entferntere Destinationen. Allerdings ist zu betonen, dass der Tourismus [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] eingreift.



Foto 5: Abfallberge an einer Straße in Kairo<sup>47</sup>

<sup>46</sup> Vgl. Kirstges, Sanfter Tourismus, S. 78–88.

<sup>47</sup> Weitere Aufnahmen und Beispiele dazu siehe Anhang 1.





Fotos 6 bis 8: Bau ruinen und Müll an der Ausfahrtstraße von Nabq Bay, Sharm el Sheikh/Sinai-Halbinsel, Richtung Shark Bay

Das Hauptverkehrsmittel und gleichzeitig das einzig mögliche Verkehrsmittel, um Ägypten zu bereisen, ist das **Flugzeug**. Gerade dieses gilt als einer der größten Klimaschädiger weltweit.<sup>48</sup> Nach dem Online-Emissionsrechner von Atmosfair [REDACTED]

<sup>48</sup> Vgl. <http://www.umweltbewusst-heizen.de/verkehr/Flugzeugemissionen/CO2-Ausstoss-Flug-Klima.html>, Abfrage 30.05.2011, Stand 01.09.2010.

\_\_\_\_\_ somit zu nachhaltigem Reisen leisten.  
ten.



Fotos 9 und 10: Flug über dem Nil

### 3.3 Umweltsituation in Hurghada, dargestellt anhand von Bildern



Foto 11 : Nahaufnahme der Senzo-Mall



Foto12: Umgebung der Senzo – Mall

Auf der linken Seite ist die Senzo-Mall, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

<sup>49</sup> Vgl. <https://www.atmosfair.de/emissionsrechner/rechner/>, Abfrage 30.05.2011, ohne Stand.

Nachfolgende Bilder einer Nebenstraße Hurghadas zeigen, dass



Die Unterwasserwelt leidet



**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**



Direkt gegenüber dem Hotel befinden sich [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]



Im Anhang eins wird anhand von weiteren Bildern versucht, einen Eindruck zur Umweltsituation Kairos zu geben.

### 3.4 Sozio-kulturelle Auswirkungen

In der vorhandenen Literatur<sup>50</sup> besteht Einigkeit darüber, dass Tourismus für den kulturellen Wandel mitverantwortlich ist. Allerdings ist dieser nicht klar

[REDACTED]

#### 3.4.1 Akkulturation & Kommerzialisierung von Sitten und Gebräuchen

Die Grundproblematik des Tourismus in Entwicklungsländer beginnt mit der kulturellen Andersartigkeit und der Unkenntnis über die jeweils andere Kultur. Während es sich beim Aufenthalt in Hurghada für die Touristen nur um einen kurzen Lebensabschnitt handelt, sind die Einheimischen

[REDACTED]

Der **Akkulturationseffekt** wird definiert als

[REDACTED]

In Hurghada, mit etwa Einwohnern<sup>54</sup> und jährlich über Mio. Touristen,<sup>55</sup> ist die Begegnung zwischen Einheimischen und Besuchern sehr ausgeprägt. Außerdem werden von Reiseveranstaltern oft „Meet-the-people-Programme“ als gute Möglichkeit angesehen,

<sup>50</sup> Vgl. auch Kirstges, Sanfter Tourismus/Aderhold et al., Tourismus in Entwicklungsländer.

<sup>51</sup> Vgl. Freyer, Tourismus, S. 478.

<sup>52</sup> Vgl. Strasdas, Ökotourismus, S. 82.

<sup>53</sup> [REDACTED]

<sup>54</sup> Vgl. [REDACTED]

[REDACTED]

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ wiederholende Inszenierung  
von „echten“ Begegnungen darstellt. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ zur Völkerverständigung oder  
zum Kulturaustausch beitragen. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Die mit der touristischen Entwicklung verbundenen Potenziale und Risiken einerseits und die Risiken für Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt andererseits liegen nebeneinander. Es müssen Mittel und Wege gefunden werden, um dem Anspruch der Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Anschließend folgt eine kurze Übersicht der oben erläuterten Chancen und Risiken des Tourismus in Ägypten. Des Weiteren wird eine Folge aus dem Akkulturationseffekt, nämlich das sog. Bezness, anschließend näher betrachtet und ausgeführt.

---

<sup>56</sup> Vgl. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Abbildung 3: Chancen und Risiken des Tourismus in Ägypten

	Chancen	Risiken
Ökonomisch	[REDACTED]	[REDACTED]
Ökologisch	[REDACTED]	[REDACTED]
Sozio-kulturell	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

3.4.2 Bezness als negative sozio-kulturelle Auswirkung des Tourismus in Ägypten

Ein Effekt, der sich negativ auf die Kunst sowie das soziale Leben Ägyptens auswirkt, ist „Bezness“. **Online-Version / Textauszüge (vollständige Version als Print-Buch, siehe letzte Seite)** Es ist, dass zu diesem Thema kaum bzw. gar keine wissenschaftlich belegte Literatur vorliegt. Aufgrund dessen stützen sich die folgenden Aussagen ausschließlich auf jahrelange Beobachtungen und Erfahrungen der Autorin, auf Interviews mit Einheimischen sowie auf Internetforen, die sich mit dem Thema Bezness im arabischen Raum beschäftigen [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Für den Begriff „Bezness“ gibt es bis heute keine offizielle Definition. Wie wichtig und aktuell das Thema al-

<sup>60</sup> Beyer [REDACTED]

lerdings ist, zeigt [REDACTED]  
[REDACTED] „Bezness“ [REDACTED] als Menschenrechtsverletzung anerkannte.<sup>62</sup>  
[REDACTED]: „Bezness wird in den Maghreb-  
Staaten das *Geschäft einheimischer Männer* genannt, die durch *Beziehungen zu Euro-  
päerinnen nach finanziellen Vorteilen* suchen.“<sup>63</sup> „Bezness, so nennen junge Männer

[REDACTED]

[REDACTED] Die Autoren verwendet den Begriff im Verlauf dieser Arbeit als **Verbindung, bei der die Touristin** [REDACTED]

[REDACTED]

---

62 [REDACTED]



**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**



Foto 24: Ältere europäische Frau mit ihrem jungen arabischen Freund  
(Gesichtszüge unkenntlich gemacht)

In **Hurghada** gehört es mittlerweile zum alltäglichen Stadtbild, junge, **19–25-jährige Ägypter mit einer weitaus älteren Frau** [REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED] Besonders geschickte  
Beznasser halten sich zu Beginn der Beziehung mit Forderungen zurück. Erst wenn genügend Vertrauen geschaffen wurde, wird **nach Geld für eine Operation der kranken Mutter**, nach Handys, Schuhen, Textilien oder nach **Einladungen, um ins europäische Ausland zu fliegen, gefragt**. Die **Beziehungen enden meist damit**, [REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED] Hinzu kommt, dass die meisten **Beznasser mehrere Freundinnen gleichzeitig haben**, was ein perfektes Zeitmanagement und gute Organisation erfordert, denn oft reisen die Frauen direkt nacheinander an, wobei der Ägypter das Schau-

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

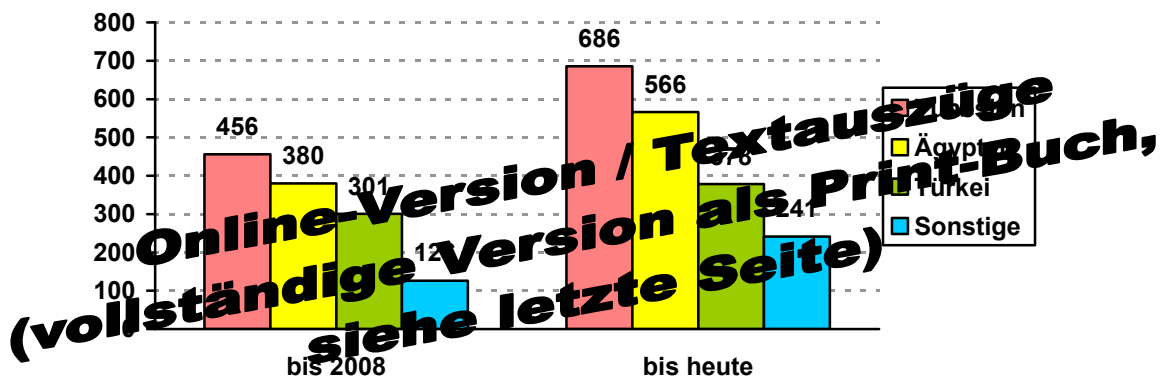
spiel perfekt aufrechterhält und sein gesamtes Umfeld mitspielt. Auch unsere Befragung der Einheimischen hat diese Einstellung zu europäischen Frauen bestätigt.<sup>68</sup>

Ägyptern ist es rechtlich untersagt, sich mit Touristinnen in der Öffentlichkeit zu bewegen; als Konsequenz davon kann der Mann verhaftet werden. Infolgedessen hat sich in Hurghada die halblegale sog. [redacted] durchgesetzt [redacted]

[redacted]

In Hurghada gibt es [redacted] über [redacted] ägyptische Männer, auf die etwa [redacted] Bezness-Opfer die Möglichkeit haben, ihren Ex-Mann zu listen und ihm auf diese Weise jegliche Einreisemöglichkeiten nach Europa zu verwehren. 2011 betrug die Zahl der **gelisteten Beznesser** [redacted] Ägypter, wobei von einer weitaus höheren Dunkelziffer ausgegangen werden kann, da viele aus Schamgefühl bzw. aus Unwissenheit ihren „Habibi“ nicht listen.

Abbildung 4: Schwarze Liste



[redacted]

68 [redacted]

69 Vgl. Anhang 2.

70 [redacted]

Die Hauptursache für die Entstehung von Bezness liegt einerseits auf Seiten der **Touristinnen**, die durch die **fehlende Auseinandersetzung mit dem Land**, die mangelnde Kenntnis der Sitten sowie durch das **unterschiedliche Wertesystem** ein erstes Konfliktpotenzial schaffen. Andererseits spielen die Männer

den „easy german women“<sup>71</sup> leicht bekleideten Frauen,

Die **psycho-sozialen Veränderungen**, die der Ägypter, ob zukünftiger Beznesser oder nicht, als Folge dieser Begegnungen erleidet, können

**Hurghada durch diese bewussten Manipulationen an Ansehen und Beliebtheit verliert.** Auch wird das Thema „Bezness“ immer öfter in den deutschen Me-

---

<sup>71</sup> Gespräch mit Moustafa, Barmann.

<sup>72</sup>

dien thematisiert,<sup>74</sup> was für eine Stadt wie Hurghada, die sich in ihrem Leistungsangebot kaum von anderen Urlaubsdestinationen unterscheidet und für die deshalb das Länderimage als übergeordneter Einflussfaktor immer mehr an Bedeutung gewinnt, ein enormes Problem darstellt. Eine Zunahme an HIV kann

**Ohne das Einschreiten der Regierung kann dieses Business größere Dimensionen annehmen und noch gravierendere Schäden für die Urlaubsdestinationen in Ägypten verursachen.**

#### **4. Empirische Studie: Diskrepanzen in Umweltorientierung, Werten und Wahrnehmung zwischen Einheimischen und Touristen Ägyptens<sup>75</sup>**

Die empirische Basis der vorliegenden Untersuchung in Form einer **Primärerhebung** bildet eine **Befragung von Einheimischen und Touristen**, die im Zeitraum zwischen dem 01.05.2011 und dem 20.06.2011 in **Hurghada** (Makadi Bay), in **Kairo**, in **Luxor** sowie in einem **Dorf in Qena** stattfand. **Befragt wurden 187 Touristen und 164 Einheimische.**

Der Fragebogen der Einheimischen wurde mit dem Ziel erstellt, die allgemeinen soziokulturellen Wertmaßstäbe und Verhaltensweisen sowie das gesellschaftliche und Umweltproblembewusstsein, die traditionelle und religiöse Verbundenheit, den Respekt und die Offenheit gegenüber der westlichen Welt als auch die Meinung der Befragten zu den Auswirkungen des Tourismus in Ägypten abzubilden.

Aufgrund der politischen Unruhen und Demonstrationen in Kairo im Frühjahr 2011 waren viele Einheimische aus Angst vor Konsequenzen und vor Veröffentlichung der Ergebnisse in den deutschen Medien nicht bereit, einen Fragebogen zu beantworten. Auch die Tatsache, dass viele nicht lesen oder schreiben konnten, stellte eine weitere Herausforderung dar. Außerdem konnte aufgrund der Aufstände und der damit verbundenen Einreiseverbote

---

<sup>74</sup> Siehe bspw.: <http://www.bild.de/news/2009/maerchen/frauen-und-liebe-im-urlaub-9726078.bild.html>, Stand 13.09.2009; <http://www.stern.de/tv/sterntv/vom-beachboy-zum-familiencyrannen-alptraum-urlaubsliebe-1578795.html>, Stand 14.07.2010; <http://zoelibat.blogspot.com/2011/04/liebe-orient.html>, ohne Stand; <http://www.monalisa.zdf.de/ZDFde/inhalt/27/0,1872,8235131,00.html>, Stand 01.05.2011, Abfragen 05.06.2011.

<sup>75</sup> Die Fragebögen befinden sich in Anhang 6 und 7.

in einige Gegenden die zunächst angestrebte (noch höhere) Interviewzahl leider nicht erreicht werden. Gleichwohl liefern 164 Interviews ohne Zweifel zuverlässige, belastbare Aussagen.

**Die Interviews mit den Einheimischen wurden von einem Ägypter auf Arabisch durchgeführt.** Er wurde dabei von der Autorin begleitet, doch blieb diese – aus Gründen der Sicherheit, wegen des geringeren Vertrauens der Befragten gegenüber Ausländern und weil eine Frau in Ägypten nicht „einfach so“ fremde Männer ansprechen kann – meist im Hintergrund im Auto. Dies erklärt

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] zum Thema „Bezness“

dürfte die tatsächliche Quote noch höher liegen.

Auch die **Touristen** wurden über ihre Ansicht zu den Auswirkungen des Aufenthaltes in Ägypten, zu ihrem Umweltbewusstsein sowie auch zu allgemeinen Aussagen über Ägypten, dessen Kultur und Gesellschaft befragt. Aufgrund der Aufstände in Kairo waren neben deutschen Gästen keine andere Nationen in Ägypten zu sehen. Deshalb konnten finnische, schwedische sowie norwegische Gäste nicht befragt werden. Auf Interviewbefragung wurde verzichtet, da die teilweise sehr persönlichen Fragen u.E. nur in der Anonymität einer schriftlichen Umfrage beantwortet werden würden.

Abbildung 5: Herkunftsländer der befragten Touristen

Wohnort	Deutschland	Russland	Österreich	Litauen	Schweiz	Belgien	Weißrussland	Luxemburg	Niederlande	Ohne Antwort	Summe
Anzahl	129	28	10	6	3	3	1	1	1	5	187

Die **Erhebungsorte** waren:

1. **Qena/El Quakf** – Ort bzw. kleines Dorf gelegen in Oberägypten, kaum Tourismuspräsenz, traditionsverbunden, viele Beschäftigte in der Landwirtschaft
2. **Hurghada** – Ort mit hoher Touristenfrequenz und viel Erfahrung mit Touristen
3. **Kairo** – Hauptstadt Ägyptens, hohe Zahl an Geschäftsreisenden, viele Tagestouristen

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

#### 4.1 Auswertung der Fragebögen der Urlauber

Von den befragten Gästen verreisten [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**

<sup>76</sup> D. h. mindestens dreimal das Land besucht haben.

<sup>77</sup> Vgl. <http://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/de/forschung/archiv/2005/forschung-aktuell-184-26-jg-09022005.html>, Abfrage 18.06.2011, Stand 2005.

<sup>78</sup> Siehe Frage 6; dies ungeachtet dessen, dass I-2-Fly zu 100% und OFT-Reisen zu 50% zur TUI gehört.



### Ausflugsziele

■ % der Urlauber geben an, Ägypten auch außerhalb der Hotelanlage besucht zu haben, bei ■ % ist es in Planung (Frage 8). Nur bei ██████████

██████████  
 ██████████  
 ██████████  
 ██████████  
 ██████████  
 ██████████

██████████ dass rund ■ % der Befragten einen Einblick in die arabische Kultur erhalten möchten (Frage 47) und sich dies durch die Besichtigung unbekannter Städte erhoffen. Widersprüchlich hierzu ist allerdings, dass sich rund ■ % nicht mehr Kontakt zu Einheimischen wünschen (Frage 17) und auch ■ ■ % der Gäste Kontakt zu Einheimischen außerhalb deren Arbeitszeit haben (Frage 16); offensichtlich sehen die Touristen die „Kultur“ lieber ██████████

### Einstellung zu Ägypten

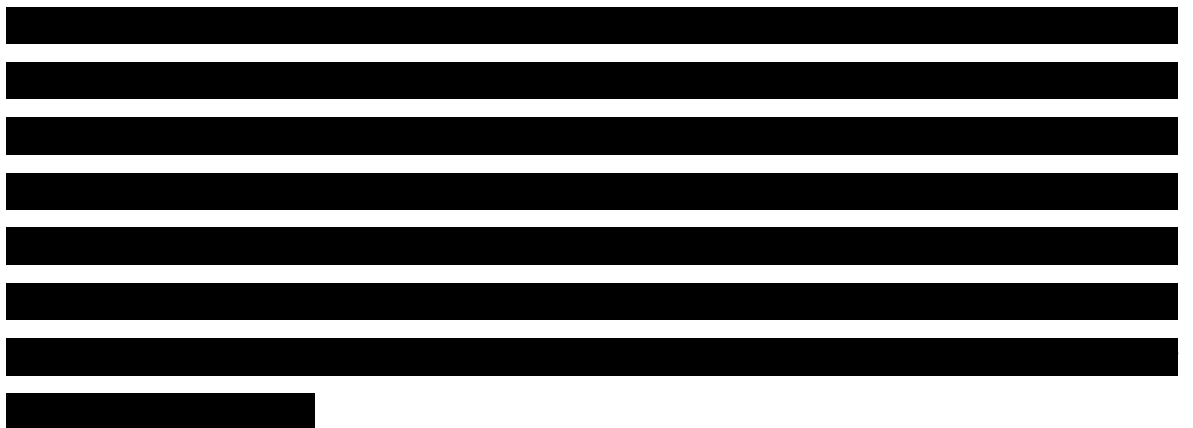
■ % aller antwortenden Urlauber sind der Meinung, dass sie sich **der Kultur des Landes anpassen** (Frage 20). Werden die unterschiedlichen Nationen betrachtet, vertreten ■ % der D/A/CH-Urlauber die Meinung, sich angemessen anzupassen, wohingegen sogar ■ % der russischen und baltischen Gäste (hierzu zählen Litauen, Lettland, Estland) der Ansicht sind, sich anzupassen.

**Online-Version / Textauszüge  
 (vollständige Version als Print-Buch,  
 siehe letzte Seite)**



Abbildung 7: Ergebnisse der Frage 20

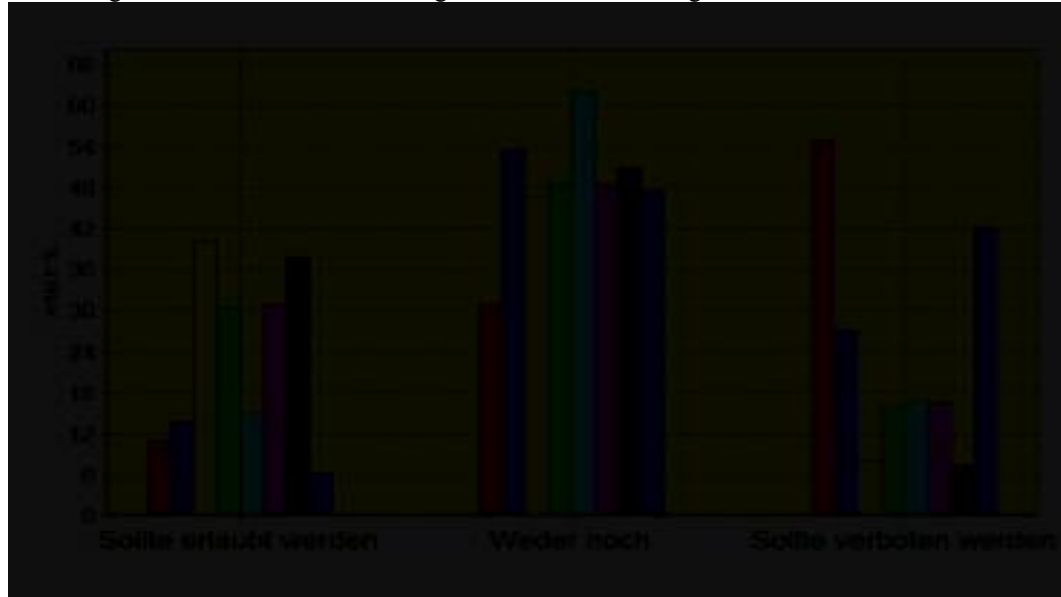
			Frage 20: passen Sie sich der ägypt. Kultur an?		Gesamt
			ja	nein	
Herkunftsland der Befragten (gruppierte Länder)	D/A/CH	Anzahl			
		% innerhalb von gruppierte Länder			
		% innerhalb von Frage 20			
		% der Gesamtzahl			
Russland /Weiß-russland/ Lettland/ Litauen	Russland /Weiß-russland/ Lettland/ Litauen	Anzahl			
		% innerhalb von gruppierte Länder			
		% innerhalb von Frage 20			
		% der Gesamtzahl			
sonstige Herkunftsländer	sonstige Herkunftsländer	Anzahl			
		% innerhalb von gruppierte Länder			
		% innerhalb von Frage 20			
		% der Gesamtzahl			
Gesamt		Anzahl			
		% innerhalb von gruppierte Länder			
		% innerhalb von Frage 20			
		% der Gesamtzahl			100,0%





Inwiefern Urlauber die Traditionen und Sitten Ägyptens wirklich respektieren, kann man anhand der folgenden Abbildung erkennen (Fragen 22 bis 29):

Abbildung 9: Was sollte – nach Meinung der Touristen - in Hurghada erlaubt bzw. verboten werden?



Es ist deutlich zu erkennen, dass viele Befragten das **Oben-ohne-Baden** [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] möchten die Möglichkeit haben, Alkohol auch in den Cafés außerhalb des Hotels trinken zu können.

**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**

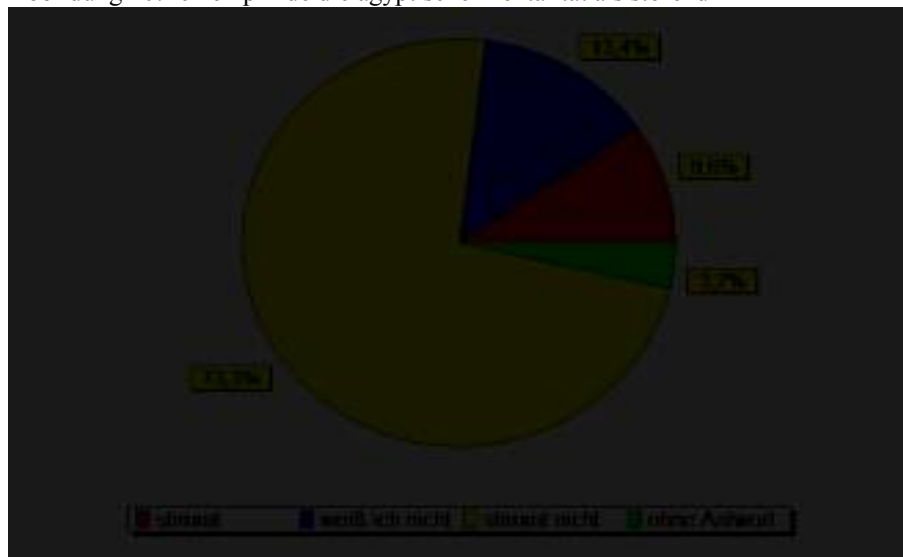


Foto 25: Bettlerin mit Kleinkind am verschmutzten Straßenrand

Insgesamt sehen ■ % der Befragten Ägypten als touristisch gut entwickelte Destination an (Frage 30), und ■ % sind der Ansicht, es besäße viel Potenzial als touristisches Zielgebiet (Frage 39). Dies erklärt auch, dass ■

Die folgende Abbildung zeigt, dass ■ % der Urlauber die ägyptische Mentalität nicht als störend empfinden (Frage 41) – ■

Abbildung 10: Ich empfinde die ägyptische Mentalität als störend



Die Annäherungsversuche der Ägypter werden von █ % der Urlauber als störend empfunden, wobei die weiblichen Gäste mit █ % █

█ die permanente Aufforderung, das Geschäft zu betreten und etwas zu kaufen (Frage 44), wird von █ % als störend bezeichnet, wobei es █

█ Bazare als unangenehm wahrnehmen (Frage 35). █

### Umweltschutz – Umweltbewusstsein – Umweltverhalten

Den Umweltschutz als besonders wichtig stufen 90 % der Befragten ein (Frage 63), gleichzeitig sind aber █ der D/A/CH-Touristen und sogar █ % der russischen und baltischen Gäste *nicht* bereit, der Umwelt zuliebe in einen erhitzten Bus zu steigen, sondern akzeptieren die Tatsache, dass der Bus vor ihrer Ankunft bereits █ (Frage 60).

---

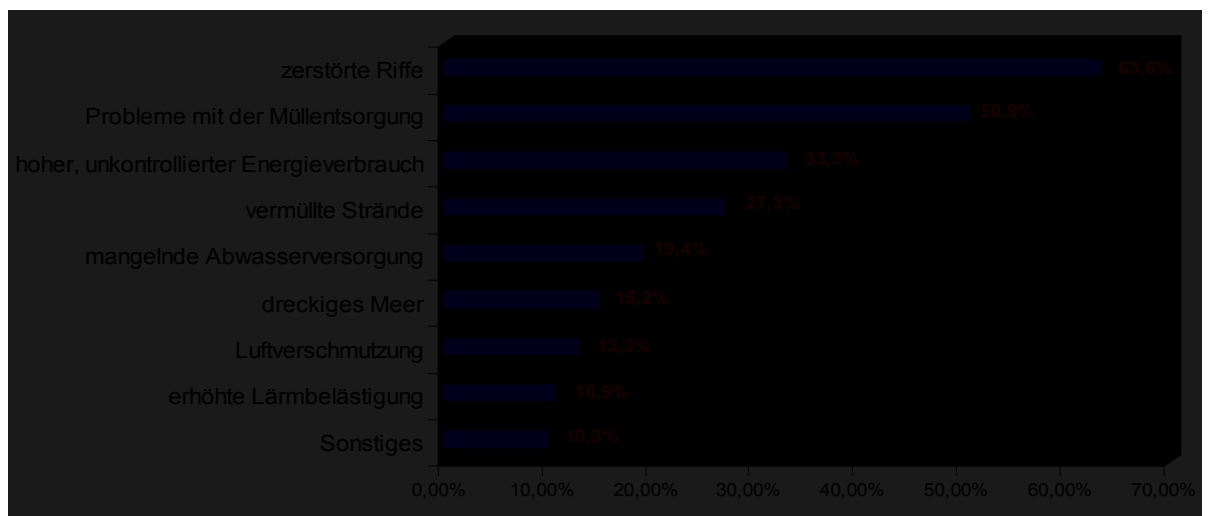
<sup>79</sup> Gespräch mit einem Gast, Nancy, am 21.06.2011.

Abbildung 11: Ergebnisse der Frage 60

			Frage 60: Bereitschaft zu nicht vorklimatisiertem Bus		Gesamt
			ja, bin bereit	nein, nicht bereit	
gruppierte Länder	D/A/CH	Anzahl	■	■	■
		% innerhalb von gruppierte Länder	■	■	■
		% innerhalb von Frage 60	■	■	■
	Russland /Weiß-russland/ Lettland/ Litauen	Anzahl	■	■	■
		% innerhalb von gruppierte Länder	■	■	■
		% innerhalb von Frage 60	■	■	■
	sonstige Herkunftsländer	Anzahl	■	■	■
		% innerhalb von gruppierte Länder	■	■	■
		% innerhalb von Frage 60	■	■	■
Gesamt	Anzahl	■	■	■	
	% innerhalb von gruppierte Länder	■	■	100,0%	
	% innerhalb von Frage 60	100,0%	100,0%	100,0%	
	% der Gesamtzahl	■	■	100,0%	

Über die durch die Touristen **wahrgenommenen Umweltprobleme** informiert die folgende Abbildung (Frage 58):

Abbildung 12:Wahrnehmung von Umweltproblemen



Basis = 165 antwortende Touristen; Prozentangaben bezogen auf diese Basis; Mehrfachnennung möglich (insgesamt 403 Nennungen)

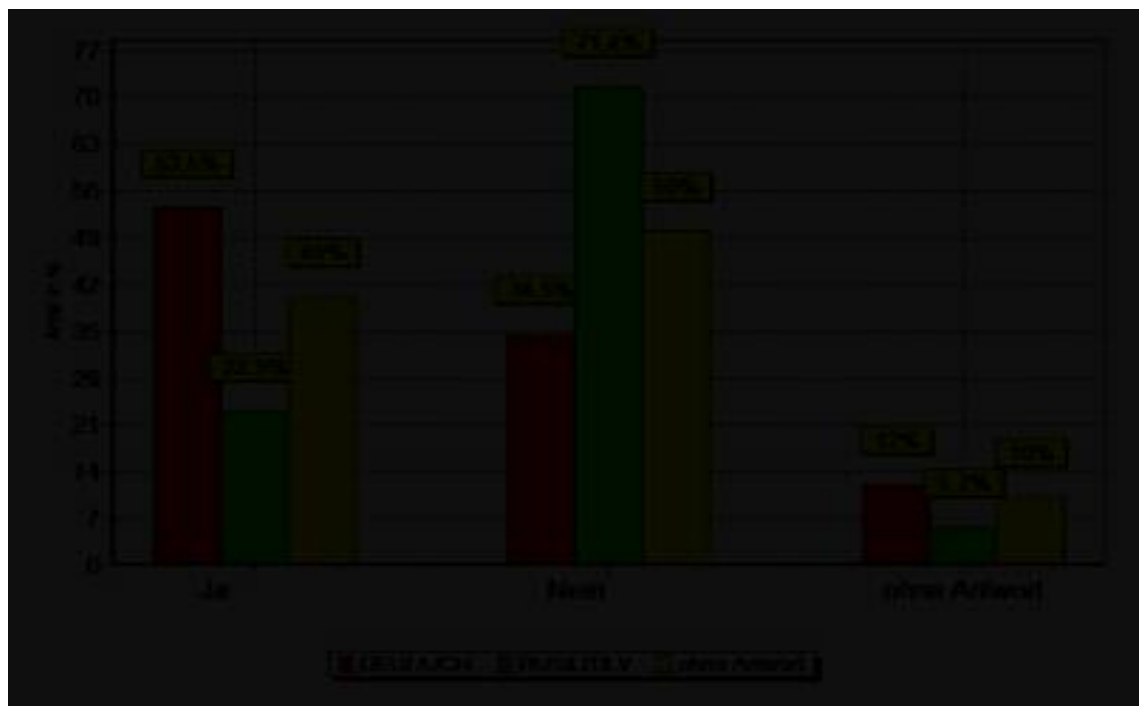
Diese Tabelle zeigt, dass **zerstörte Riffe** [REDACTED] **Müllentsorgung**

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

[REDACTED] Gleichzeitig geben [REDACTED]% der Befragten an, sich **durch die Umweltbelastung in Ägypten gestört** zu fühlen (Frage 62). Interessanterweise fühlen sich [REDACTED] gestört.

[REDACTED]% der Urlauber wären bereit, einen höheren Preis zu zahlen, wenn dieser für örtliche **Umweltschutzmaßnahmen** eingesetzt werden würde (Frage 57). Inwiefern es dabei Unterschiede zwischen den Urlaubernationalitäten gibt, zeigt die folgende Grafik:

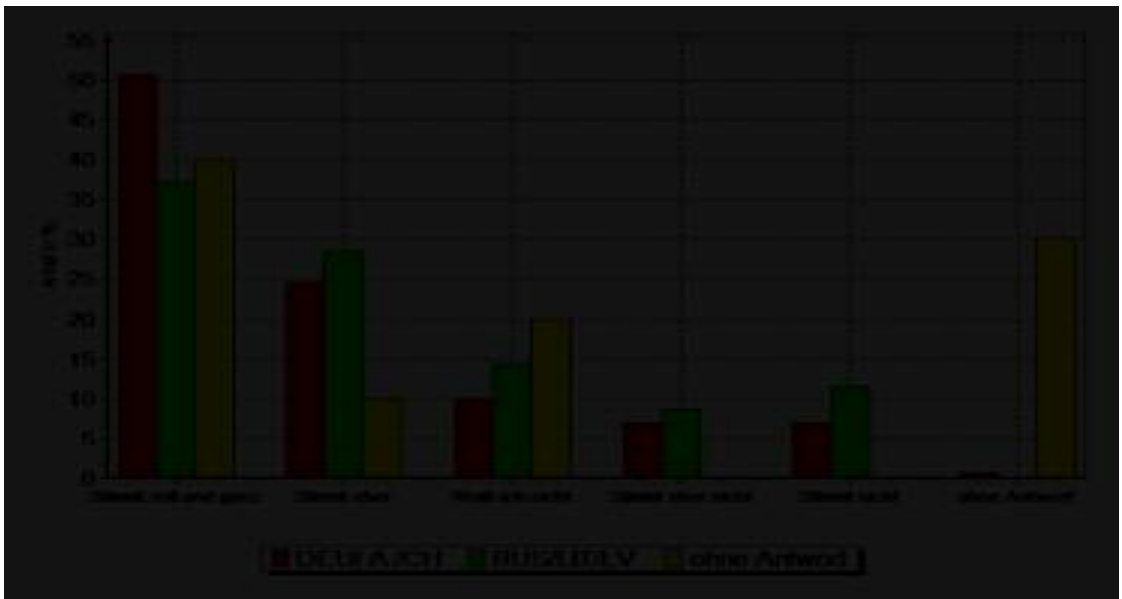
Abbildung 13: Wären Sie bereit einen höheren Preis zu zahlen, wenn ein Teil davon für örtliche Umweltschutzmaßnahmen genutzt werden würde?



Hier ist zu erkennen, dass

[REDACTED]

Abbildung 14: Ich würde einen Beitrag von 1 € am Tag für den Umweltschutz zahlen



Erklärt werden können diese unterschiedlichen Ergebnisse damit, dass

[REDACTED]

Außerdem geben 51 % der Befragten an, einen Boots-/Schnorchelausflug sowie 26 % eine Quadtour/Wüstensafari unternommen zu haben, wobei beides negative Auswirkungen auf das empfindliche Ökosystem haben kann. Diese Doppelmoral,

[REDACTED]



zeigt die **Diskrepanz zwischen verbaler Äußerung und Verhalten.**<sup>80</sup>

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass

## 4.2 Einstellungen und Werte der ägyptischen Einheimischen<sup>82</sup>

### Allgemeine Informationen zu den Befragten

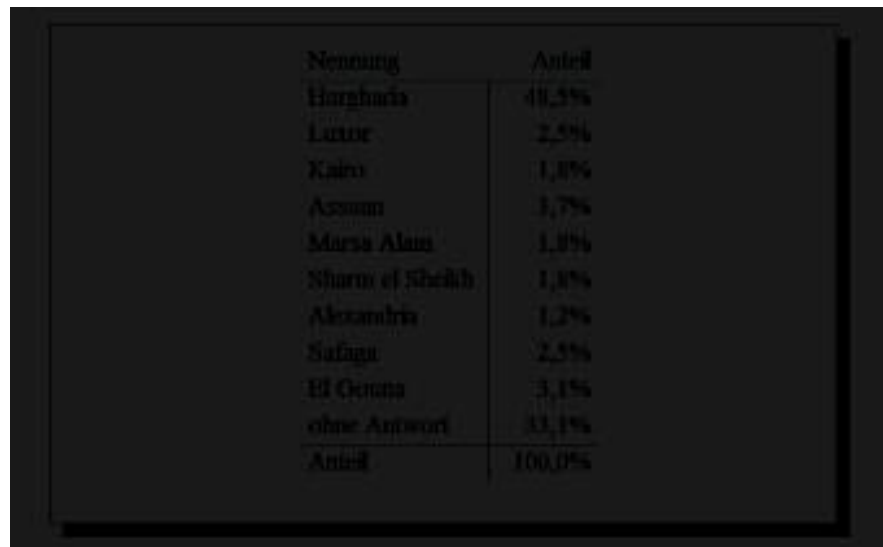
Das Durchschnittsalter der 164 Befragten liegt bei etwa 25 Jahren, was bei der Analyse mitberücksichtigt werden muss (Frage 42). **87 % gehören dem Islam an**, 12 % sind christliche Kopten und 2% gaben keine Antwort oder gehören einer anderen Religion an (Frage 43). 31 % der Befragten sind verheiratet, 69 % sind ledig (wobei sie eine Freundin haben können; Frage 47). **67 % der Befragten waren oder sind derzeit im Tourismus beschäftigt** und 33 % sind weder jetzt im Tourismus beschäftigt noch waren sie es früher (Frage 1). 45 % der Befragten sind erst maximal zwei Jahre und 55 % länger als zwei Jahre im Tourismus tätig, doch gaben 37 % zu dieser Frage keine Auskunft (Frage 6).

Die folgende Abbildung zeigt,

<sup>80</sup> Vgl. Kirstges, Sanfter Tourismus, S. 140–148.

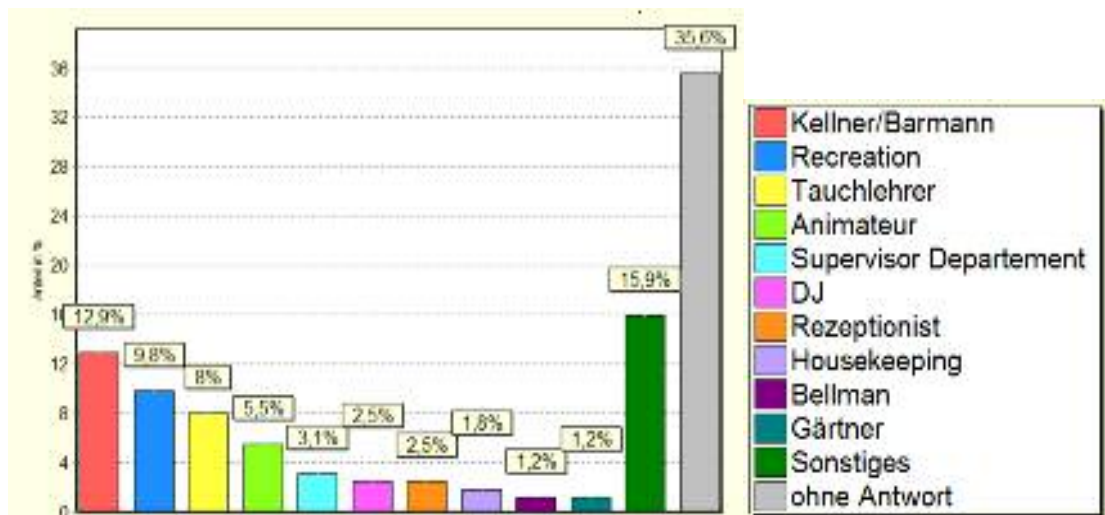
<sup>81</sup>

Abbildung 15: In welcher Stadt sind bzw. waren Sie tätig?



Zu 96% sind bzw. waren die im Tourismus tätigen Befragten in einem Hotel beschäftigt (Frage 3). In Abbildung 14 ist zu sehen, in welchen Tätigkeitsbereichen diese Befragten beschäftigt sind bzw. waren (Frage 4):

Abbildung 16: Tätigkeitsbereich



Auf die Frage, ob die Angestellten zufrieden mit ihrer Tätigkeit sind bzw. waren, gaben [REDACTED] **zufrieden** zu sein, sowie [REDACTED], nicht damit zufrieden zu sein (Frage 7). Allerdings machten [REDACTED]

### Einstellung zum Tourismus in Ägypten

Einigkeit besteht bei den Einheimischen in der Frage, ob der **Tourismus für Ägypten einen wichtigen Wirtschaftsfaktor** darstellt, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Bei den nicht im Tourismus Tätigen stellt sich auch hier ein anderes Bild dar. Sie lehnen die Idee mit 53 % ab, nur 17 % stimmen dieser Idee zu und 30% machten hier keine Angaben.

### Einstellung und Verhalten gegenüber Europäern bzw. Touristen

Eindeutig feststellbar ist die **skeptische Haltung der Einheimischen gegenüber Europa und dem westlichen Leben**, was sich nicht nur auf strenggläubige Muslime oder Dorfbewohner beschränkt, sondern sich durch alle Gesellschaftsschichten zieht. Auf die Frage 16, **ob westliche Frauen von den Befragten respektiert werden**, antworteten [REDACTED] % der Befragten [REDACTED] mit „stimmt nicht“, [REDACTED] % mit „stimmt eher nicht“, [REDACTED]

[REDACTED] **Westlichen Frauen wird also [REDACTED] Respekt entgegen gebracht!** Wird ausschließlich die Gruppe der **Muslime** betrachtet, **fehlt [REDACTED]**

[REDACTED]

Abbildung 17: Ich respektiere westliche Frauen

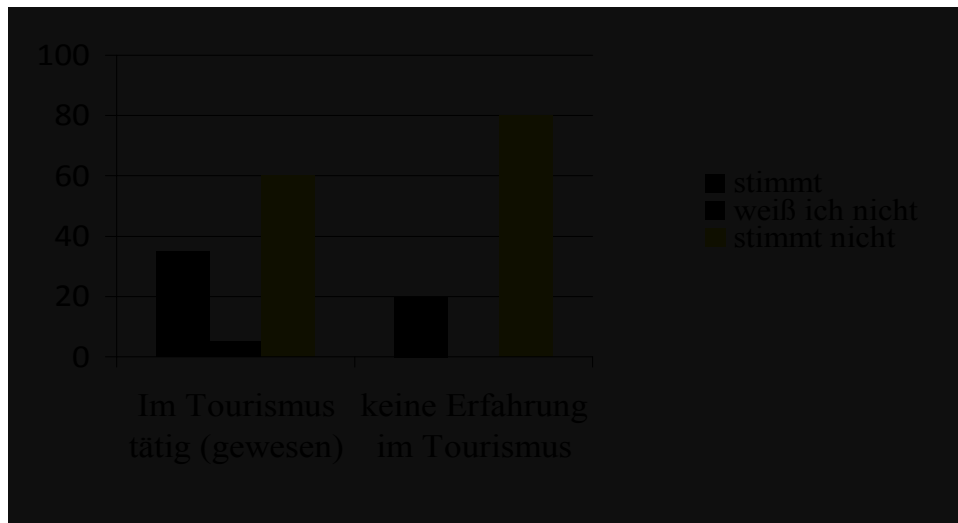


Abbildung 18: Ergebnisse der Frage 16

			Frage 16: Ich respektiere westliche Frauen					Gesamt
			voll und ganz	eher	weiß nicht	eher nicht	nicht	
Frage 1: Sind/Waren Sie im Tourismus beschäftigt	Ja, zur Zeit	Anzahl	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 1	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 16	■	■	■	■	■	■
		% der Gesamtzahl	■	■	■	■	■	■
	jetzt nein, aber früher	Anzahl	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 1	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 16	■	■	■	■	■	■
		% der Gesamtzahl	■	■	■	■	■	■
	nein	Anzahl	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 1	■	■	■	■	■	■
		% innerhalb von Frage 16	■	■	■	■	■	■
		% der Gesamtzahl	■	■	■	■	■	■
Gesamt	Anzahl	■	■	■	■	■	■	
	% innerhalb von Frage 1	■	■	■	■	■	100,0%	
	% innerhalb von Frage 16	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% der Gesamtzahl	■	■	■	■	■	100,0%	

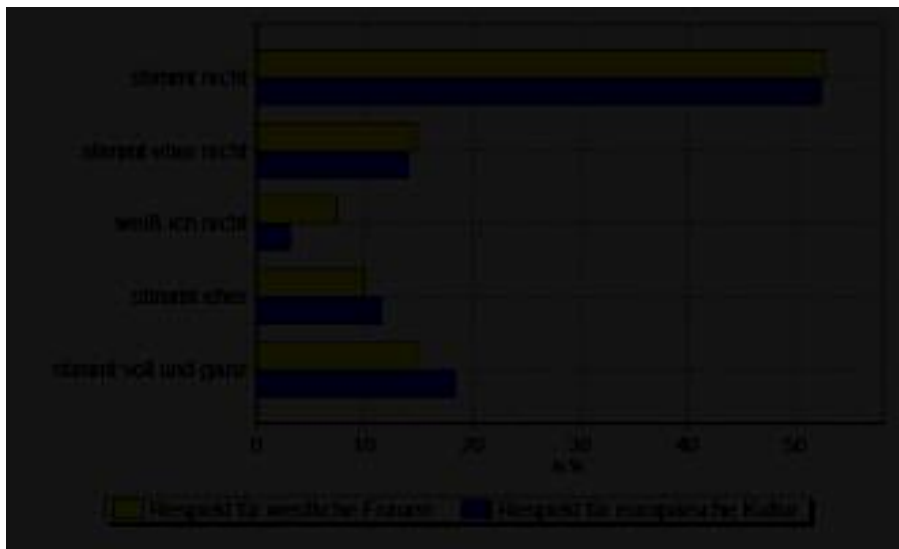
Abbildung 19: Ergebnisse der Frage 16 (nur Muslime laut Frage 43)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	voll und ganz	█	█	█	█
	eher	█	█	█	█
	weiß nicht	█	█	█	█
	eher nicht	█	█	█	█
	nicht	█	█	█	100,0
	Gesamt	139	99,3	100,0	
Fehlend	System	1	,7		
Gesamt		140	100,0		

Auch bei der Frage nach **Respekt gegenüber der europäischen Kultur** (Frage 17) wird dies von █ % der Befragten █ abgelehnt, wobei wiederholt die nicht im Tourismus Beschäftigten █

Die nachfolgende Grafik fasst diese Aspekte zusammen:

Abbildung 20: Respekt gegenüber der westlichen Welt



Anzunehmen ist, dass **diese Urteile aufgrund von oberflächlichen Begegnungen und Erfahrungen in touristischen Zentren gebildet** wurden und **keinerlei Kenntnis über die europäische Kultur** besteht, was in Kapitel 6 noch einmal detaillierter beleuchtet wird. Gleichzeitig sind █ % der Befragten der Meinung, dass **auch ihrer Kultur von den Touristen weder Respekt noch angemessenes Verhalten entgegengebracht wird** (Frage

18). An dieser Stelle ist auffallend, dass

Abbildung 21: Wahrnehmung der Touristen durch die Einheimischen



Es ist an der Grafik klar zu erkennen, dass sich die Einheimischen besonders durch die **Frauen** **gestört fühlen**. Außerdem sind die Einheimischen fest davon überzeugt, dass der Tourismus **Prostitution** in Ägypten (**Kultur und Tradition**) **gesetzliche Verhaltensrichtlinien für Touristen** nach dem Beispiel Saudi-Arabiens (Alkoholverbot, Verschleierungspflicht etc.) eingeführt werden sollten,

„Hurghada, die Stadt der Sünden“ (Frage 28)

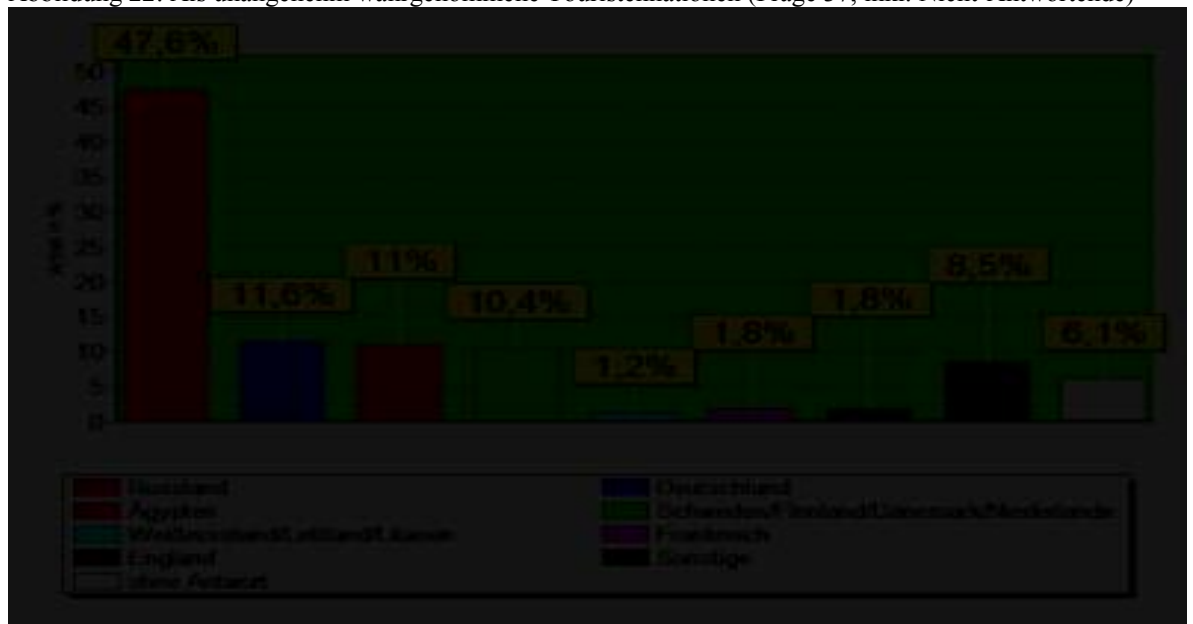
Ägypten ist gekennzeichnet durch die permanente Anwesenheit von Touristen, woraus sich die Frage ergibt, [REDACTED]

[REDACTED] russischen Gäste als unangenehmste Nation [REDACTED] Deutschen mit mehr als [REDACTED] % [REDACTED]

[REDACTED] Schweden/Finnen/Dänen/Niederländer [REDACTED]

[REDACTED]

Abbildung 22: Als unangenehm wahrgenommene Touristennationen (Frage 37, inkl. Nicht-Antwortende)

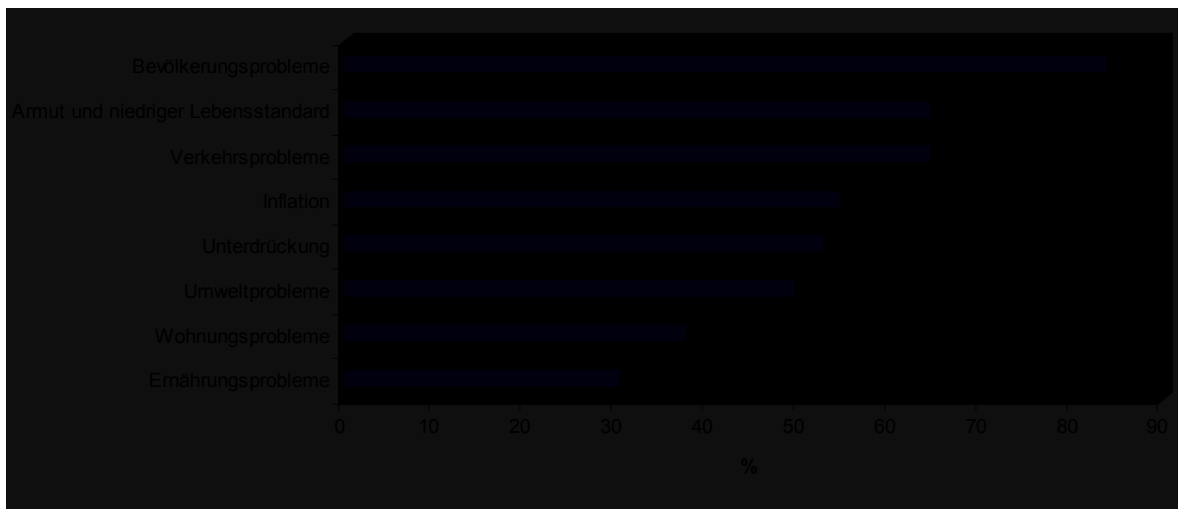


**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**

## Wahrgenommene gesellschaftliche Probleme, Umweltbewusstsein und Umweltverständnis

Abbildung 23 zeigt, welche Probleme, seien sie politischer, gesellschaftlicher oder umweltschädigender Natur, in Ägypten von den Einheimischen wahrgenommen werden (Frage 29):

Abbildung 23: Von den Einheimischen wahrgenommene Probleme Ägyptens (Frage 29, Mehrfachnennungen möglich)



Somit stehen

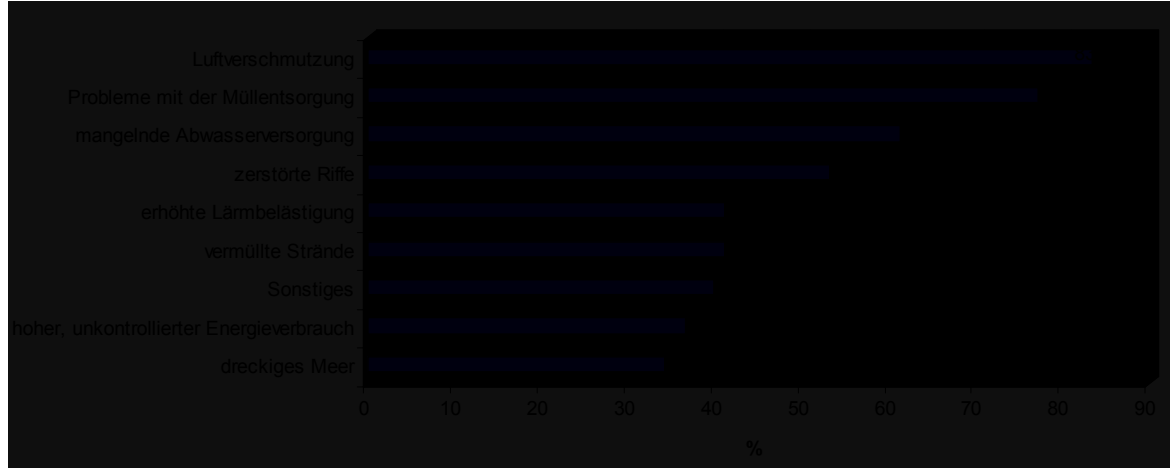


Foto 26: Verkehr in Kairo



Die nächste Darstellung zeigt, welche Umweltprobleme genau wahrgenommen werden:

Abbildung 24: Von den Einheimischen wahrgenommene Umweltprobleme des Landes (Frage 30, Mehrfachnennungen möglich)



Aus Sicht der Einheimischen bestehen die schwerwiegendsten Umweltprobleme in

[Redacted]

[Redacted] % der Befragten angeben, dass Umweltschutz eine wichtige Rolle für sie spielt (Frage 31: [Redacted])

[Redacted]

[Redacted] Tourismus Schuld an der Umweltsituation des Landes [Redacted]

[Redacted]

## Bedeutung der Religion und wahrgenommener Einfluss des Tourismus darauf

Die Bedeutung der Religion ist in Ägypten

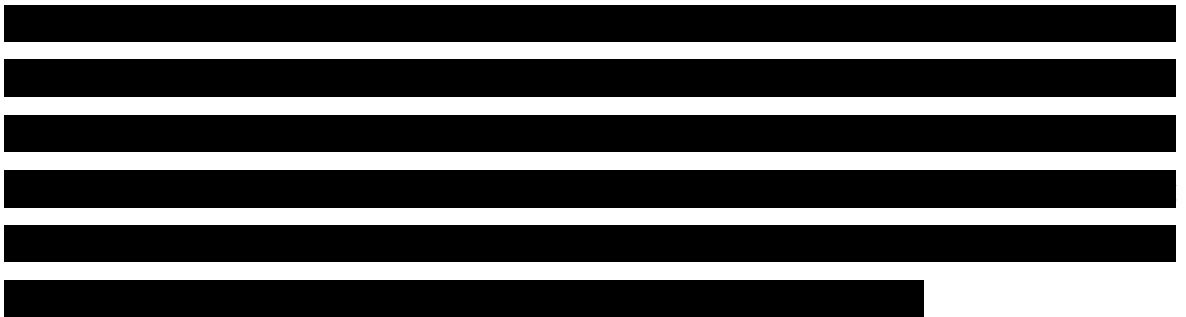
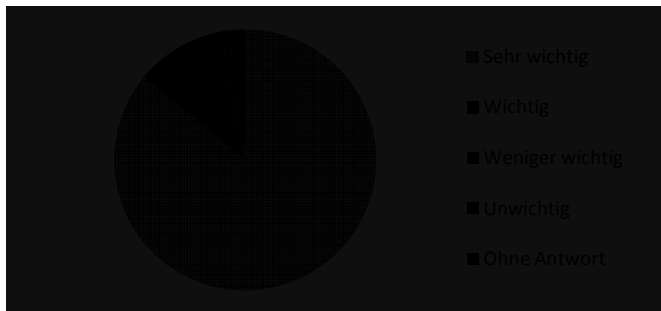


Abbildung 35: Bedeutung von Religion und Kultur (Frage 35)



## Familienstand und Beznness

159 der 164 befragten Einheimischen waren männlich, nur zwei Frauen konnten befragt werden, und drei Befragte wollten ihr Geschlecht nicht erfasst wissen (Frage 46). **50%** der Befragten sind **verheiratet** (Frage 47). Insgesamt haben 92 % der verheirateten Männer nur eine und 8 % zwei Ehefrauen (Frage 48).<sup>83</sup> 65 % dieser Männer leben zusammen mit ihrer Frau in der touristischen Stadt (Frage 49), und **35 %** der Männer geben an, dass die **Ehefrau** - aus religiösen (55 %), aus familiären (17 %) oder aus beruflichen Gründen (7 %) - **nicht dort lebe**. Außerdem werden ein nicht ausreichendes Einkommen, zu hohe laufende Kosten in einer touristischen Stadt, aber auch die Tatsache, dass die Frau den Lebensstil der Europäerinnen nicht kennenlernen soll, als sonstige Gründe genannt. Die meisten Ehefrauen stammen aus Ägypten, doch geben auch zwei Befragte an,

<sup>83</sup> In Ägypten sind maximal vier Ehefrauen erlaubt.

█ % der befragten Männer haben nach eigenen Angaben eine Freundin, z.T. neben ihrer Ehefrau, wobei 62% von diesen eine Freundin, 22 % zwei Freundinnen und 16 % drei oder mehr Freundinnen haben. █ % derjenigen, die verheiratet sind, haben auch (mindestens) eine Freundin; █ tatsächlich weitaus höheren Zahl █

Abbildung 26: Ergebnisse der Frage 53

			Frage 53: Freundin		Gesamt
			ja	nein	
Frage 47: verheiratet	ja	Anzahl	█	█	█
		% innerhalb von verheiratet	█	█	█
		% innerhalb von Freundin	█	█	█
		% der Gesamtzahl	█	█	█
	nein	Anzahl	█	█	█
		% innerhalb von verheiratet	█	█	█
		% innerhalb von Freundin	█	█	█
		% der Gesamtzahl	█	█	█
Gesamt		Anzahl	█	█	█
		% innerhalb von verheiratet	█	█	100,0%
		% innerhalb von Freundin	100,0%	100,0%	100,0%
		% der Gesamtzahl	█	█	100,0%

Die **Freundinnen** (sofern vorhanden) stammen zu █ % aus **Deutschland**, zu 25 % aus █  
 █  
 █ geben deren Nationalität wie folgt an:

Abbildung 27: Nationalitäten der Freundinnen

	Häufigkeit	Prozent
Gültig Ägypten	█	█
Libyen, Deutschland, Russland und Schweiz (mind. vier Freundinnen)	█	█
Deutschland	█	█
Russland	█	█
Schweiz	█	█
Österreich	█	█
Niederlande	█	█
Schweden oder Finnland	█	█
Gesamt	█	100,0

█ %, das sind █ Männer, lernten ihre Freundin während deren Urlaub kennen, 6 % der Frauen waren aus beruflichen Gründen in Ägypten oder █

█

█

█

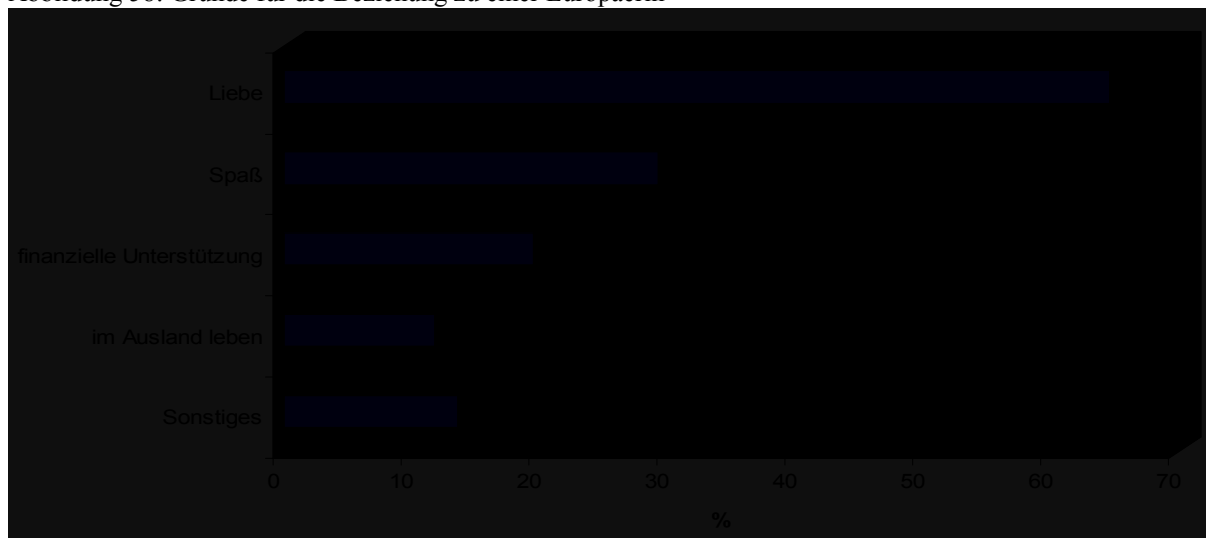
█

█

█

█

Abbildung 58: Gründe für die Beziehung zu einer Europäerin



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass

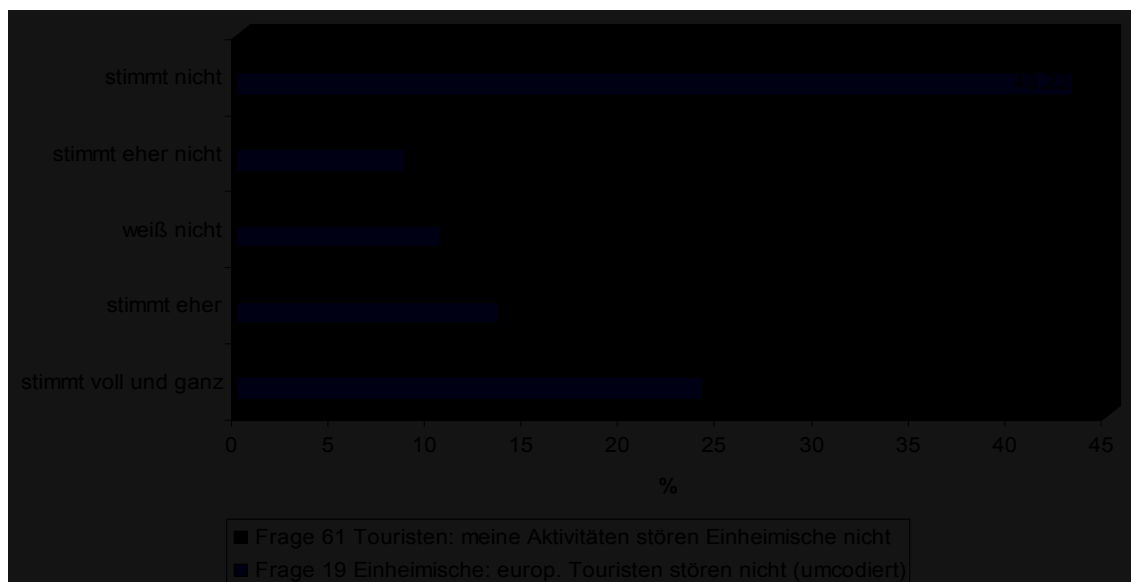
[REDACTED]

## 5. Fazit der empirischen Untersuchung: Spannungsfelder zwischen Einheimischen und Touristen in Ägypten

Im Folgenden werden im Sinne eines Fazits die größten Probleme und Spannungsfelder, die durch die Begegnung zwischen Touristen und Einheimischen entstehen, aufgezeigt. Die **dauerhafte Präsenz der Touristen** in Hurghada und den anderen touristischen Städten sowie die **extrem schnelle Entwicklung des Tourismus** gaben den Einwohnern

[REDACTED]

Abbildung 29: Störungsempfinden bei Touristen und Einheimischen



Circa █ % der Einheimischen fühlen sich durch die Anwesenheit der Touristen gestört, was █

█  
 █  
 █

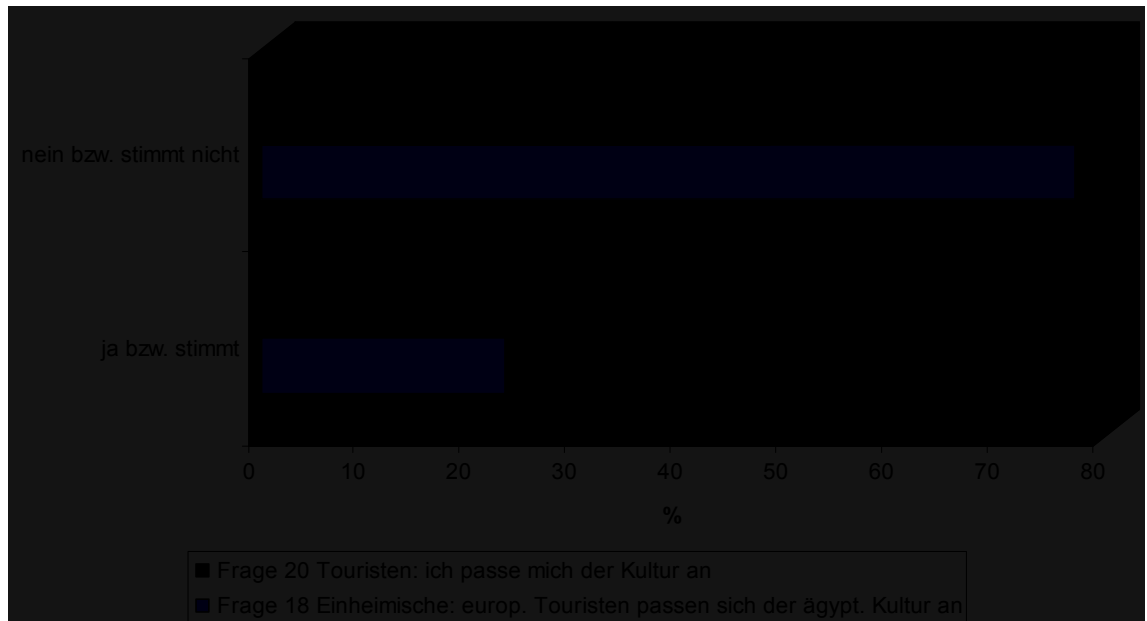
█ starke Diskrepanz zwischen Fremd- und Selbstwahrnehmung der Touristen.

Auch empfinden █ % der Einheimischen, dass die Europäer sich der Kultur des Landes nicht anpassen. █

█  
 █  
 █

█ wie nachfolgende Abbildung verdeutlicht:

Abbildung 30: Wahrnehmung der kulturellen Anpassung bei Touristen und Einheimischen



Eine weitere kulturelle Diskrepanz resultiert aus der **Stellung der Frau** im Islam. [REDACTED]

[REDACTED]

in **Ägypten** komplett andere Wertvorstellungen existieren, [REDACTED]

[REDACTED]

Sinne des **Bezness** von arabischen Männern ausgenutzt werden.

Ein weiterer Grund liegt in der allgemeinen Bedeutung der **Kultur** in Ägypten. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] letztlich auf den Ideen der französischen Revolution und der Demokratie und freiheitlichen Gesellschaftsordnung basierenden - **Wertvorstellungen der Europäer nachvollziehen**, [REDACTED]

[REDACTED]

---

<sup>84</sup> Als kleiner Exkurs ein Zitat von Scheich Hamid al-Hilali, einem ehemaligen geistlichen Oberhaupt der Muslime, über die Verschleierung im Islam: "If you take out uncovered meat and place it outside on the street, or in the garden or in the park, or in the backyard without a cover, and the cats come and eat it ... whose fault is it, the cats or the uncovered meat?" – (... fehlt der Schleier, so fehlt der Bezug zum Haus, so fehlt der Bezug zum Mann, so ist die Frau alleine und gehört dem, der die Verfügungsgewalt über sie ausüben kann ...)

Doch trotz der anderen einheimischen Kultur hat **jemand, der im Tourismussektor arbeitet, u.E. grundsätzlich die kulturellen Gepflogenheiten seiner Gäste zu respektieren**, selbstverständlich immer unter der Prämisse, dass sich die Gäste ebenso respektvoll gegenüber den Sitten und Bräuchen des Landes verhalten.

Heißt dies, dass in deren Augen die **Touristen die eigenen Einstellungen und Bräuche für die Zeit des Urlaubs verändern und ägyptische Verhaltensweisen annehmen müssen?**

gesetzliche Verhaltensweisen nach dem Beispiel Saudi-Arabien einzuführen, zustimmten.

Somit ist auch die Einstellung der Einheimischen zu einer **Entwicklung in Richtung Westen** eindeutig, denn dieses wird von ■ % der Einheimischen und auch von ■ % der Touristen

**bejahen eine stärkere Orientierung Ägyptens an der westlichen Welt.** Auf die Frage, ob sich Ägypten positiv oder negativ durch den Tourismus entwickelt hat, sehen ■ % der Touristen (Frage 54), ■ % der Einheimischen (Frage 14) eine positive Veränderung.

Ein Gedanke sei an dieser Stelle jedoch geäußert: **Niemand muss als Tourist nach Ägypten**

<sup>85</sup> In Kairo ist die Situation anders: Hier sind die Menschen viel moderner, es gibt Kinos mit amerikanischen Filmen und die meisten Wohnungen verfügen über SAT-TV und Internet(sticks).



**kommen!** Wie schnell der Tourismus in diesem Land (und auch anderen Ländern) einbrechen kann, hat die Entwicklung zur Zeit der Revolution dort (2011/2012) gezeigt. Touristen werden einer Destination auch langfristig den Rücken kehren, wenn sie sich dort **nicht als Gast willkommen und als Mensch akzeptiert** fühlen. Ägypten gibt viel (Werbe-)Geld aus, um insbesondere deutsche Touristen für das Land zu gewinnen. Wenn diese Bemühungen der Tourismusverantwortlichen dauerhaft von Erfolg geprägt sein sollen, dann bedarf es u.E. einer großen Anstrengung im **Marketing nach innen**. Über mehrere Jahre müssen **Informations- und Aufklärungskampagnen** (Schulen, Hochschulen, Medien, Schulungen/Seminare etc.) bezogen auf die eigene, insbesondere die im Tourismus beschäftigte **Bevölkerung** durchgeführt werden, die u.a. folgende Botschaften vermitteln sollten:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

einer nur auf Endkunden bezogenen Werbung. Einige erste Ansätze in diese – allerdings meist nur ökologieorientierte - Richtung werden nachfolgend aufgezeigt.

## 6. Bestehende Initiativen zum Umweltschutz in Ägypten

Zahlreiche Faktoren behindern bzw. erschweren Umweltschutz und somit auch nachhaltiges Reisen in Ägypten. Die Tatsache, dass das Durchschnittseinkommen im Land etwa ■■■■ LE pro Monat beträgt und Millionen Menschen obdachlos sind, lässt für viele das Thema **Mülltrennung oder Energiesparen** lächerlich erscheinen. Für die Einheimischen und somit für fast alle Mitarbeiter der Hotels stellt dieses Thema eine Art „**Luxusproblem**“ der westlichen Welt dar. Deshalb ist es auch fraglich, ob die im Tourismus beschäftigten Mitarbeiter, unabhängig von Weiterbildungskursen des Hotels, *verstehen*, warum sie umweltfreundlich handeln sollen. **Fehlendes Umweltbewusstsein, sehr niedriges Bildungsniveau, Armut**, Unterdrückung, Aussichtslosigkeit und teilweise Hunger werden auch in den nächsten Jahren Umweltschutz und somit auch sanfteres Reisen erschweren. Dennoch bestehen schon einige Initiativen, die die einheimischen Menschen nicht nur unterstützen, sondern auch versuchen, ihnen den Umweltschutzgedanken näherzubringen und somit einen Bewusstseinswandel herbeizuführen. Im Folgenden werden einige beispielhaft vorgestellt.

## 6.1 The Green Star Hotel Initiative<sup>86</sup>



### 6.1.1. Konzept dieser Initiative

Die Green Star Hotel-Initiative (im Folgenden GSHI genannt) wurde 2006 als Public-Private-Partnership-Programm von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), dem ägyptischen Tourismusministerium und privaten Partnern initiiert, um ein **ökologisch und ökonomisch nachhaltiges Managementsystem in der Hotelindustrie** zu implementieren und somit Ägyptens Tourismus zu einem umweltfreundlichen Sektor auszubauen. Partner dieser Initiative sind u. a. Orascom<sup>87</sup>, die Travco Group sowie die TUI. Unterstützt wird dies durch den asr<sup>88</sup> und das BMZ.<sup>89</sup> Als erste Initiative im Mittleren Osten hat die GSHI ein **ökologisches Bewertungsschema** für Hotels und Resorts für die Region des Roten Meeres sowie ganz Ägyptens entwickelt, welches sich an den Möglichkeiten des Landes orientiert. In den Hotels und Feriencentren mangelte es an Kenntnissen über umweltgerechtes Wirtschaften und umweltschonende Betriebsführung, und selbst bereits vorhandene moderne Managementsysteme werden aufgrund des fehlenden Fachwissens nicht eingesetzt. Es fehlte insbesondere landesspezifische und praktisch umsetzbare Umwelt- und Qualitätsstandards zur Wirtschaftung von Ferienressorts, die von GSHI erstmalig eingeführt wurden. Die **Ziele** dieser Initiative sind daher:

- Bedeutende **Verbesserung der Umweltaktivitäten** der Destination,
- bedeutende **Reduzierung des Wasser- und Energieverbrauches** (20–30 %),
- zunehmender Gebrauch von **erneuerbarer Energie**,
- Gewährleistung einer ordnungsgemäßen **Abwasser- und Abfallentsorgung**,
- **Bewusstseinsbildung** bei den Mitarbeitern, den Gästen sowie den Einwohnern.

---

<sup>86</sup>



Die Verantwortung für die landesweite Verbreitung des Ökolabels wurde durch die Unterzeichnung der El Gouna Declaration vom ägyptischen Tourismusministerium übernommen. Ein Ausschnitt aus dem **Kriterienkatalog**, den ein Hotel erfüllen muss, um zertifiziert zu werden, kann in Anhang 13 eingesehen werden. Im Jahr 2011 wurde das Hotel **Makadi Oasis** mit **fünf Green Stars** ausgezeichnet.<sup>90</sup>

## 6.1.2. Nachhaltiges Hotelmanagement am Beispiel Makadi Oasis

### 6.1.2.1. Nachhaltigkeitskonzept Makadi Oasis

Das **Iberotel Makadi Oasis** wurde im Jahr 2000 als 4-Sterne-Hotel in der Hotelstadt Madinat Makadi eröffnet, welche aus weiteren sieben Hotels, zwei Diskotheken und einem Aquapark besteht. Beschäftigt werden 2011 rund 440 Mitarbeiter, von denen ca. 95 % Moslems und 5 % Christen sind. Zu diesen kommen drei deutsche Mitarbeiter (zwei Gästebetreuer, ein General Manager), zwei russische Mitarbeiter (Gästebetreuer) sowie fünf deutsche, vier ägyptische und drei russische Animatoren hinzu. Das **Makadi Oasis** verfügt über eine Gesamtkapazität von 1755 Betten und ist somit das größte Hotel in Madinat Makadi dar.

**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**



Foto27: Environment Box



Foto 28: Lage der Umweltbox

<sup>90</sup> Urkunde siehe Anlage 11.



Foto 29: Umwelttafeln

Bereits 2004 sowie 2006 wurde das Oasis als **EcoHotel** ausgezeichnet und erhielt 2009 u. a. den **TUI-Umweltchampion**. 2011 engagiert es sich zusammen mit der Green Star Initiative um ein nachhaltigeres und umweltverträgliches Hotelmanagement. In der Rezeption ist eine kleine „**Environment Box**“ zu finden, die ein Booklet sowie einen kurzen Fragebogen<sup>91</sup> zum Umweltschutz enthält. Das Booklet (ein einziges für knapp 1.800 Gäste!) informiert in drei Sprachen (Deutsch, Russisch, Englisch) über das Umweltmanagement von Madinat Makadi sowie allgemein über Umwelt und Umweltschutz in Ägypten. Nach mündlichen Befragungen von rund 50 Gästen gaben mehr als **95 %** an, **diese Umweltbox noch nicht bemerkt** zu haben. Dies ist nach Meinung der Autoren auf die sehr **ungünstige Lage am Rand der Rezeption** zurückzuführen sowie auf fehlende Hinweise seitens der Hotelangestellten. Gäste des Makadi Oasis werden über zwei große **Umweltinformationstafeln** über Umweltaktivitäten sowie Umweltschutz des Hotels informiert; diese enthalten u. a. die **Umwelterklärung**<sup>92</sup> des Hotels, die in Verbindung mit der Green Star Initiative erstellt wurde. Leider sind diese Tafeln mittlerweile (Stand Sommer 2011) **sehr veraltet und kaum noch lesbar**.

Des Weiteren wird in der Madinat Makadi

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

<sup>91</sup> Siehe Anhang 3.

<sup>92</sup> Ebenda.

[REDACTED]

[REDACTED] der Gäste der Umwelttag von Madinat Makadi nicht bekannt ist, obwohl ein Teil von ihnen zu dem Zeitpunkt sogar anwesend war.



Foto 30: Müllbehälter

Dennoch betreibt das Oasis Umweltschutz in vielen weiteren Bereichen, von denen Gäste keine Kenntnis nehmen. Zum einen wird in jeder Abteilung ausschließlich **umweltfreundliches Papier** verwendet, zum anderen fördert das Makadi Oasis einheimische Zuchten und verwendet ausschließlich [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Dieses wird in einer **Entsalzungsanlage** unter entsprechenden internationalen Standards entsalzt und anschließend an alle Ho-

<sup>93</sup> Vgl. Eckardt/Dahringer, DEHOGA Umweltbroschüre, S. 20.

tels der Makadi Bay weitergeleitet. Das **gebrauchte Wasser** wird nach Verwendung wieder zurück zur Kläranlage geleitet, wo es aufbereitet und im **Bewässerungssystem** weiterverwendet wird. Um den Wasserverbrauch zu reduzieren, wurden außerdem in jedem Wasserhahn und jeder Dusche Wasserdruckregler installiert.



Ein grundsätzliches Problem in Ägypten stellen **Abgase** dar. Um diese in Makadi zu minimieren, werden ausschließlich **wiederaufladbare elektrische Club Cars** eingesetzt. Ebenfalls befindet sich vor der Rezeption ein **Hinweisschild** mit der Aufschrift: „Schalten Sie den Motor aus“, das anfahrende Reisebusse somit auffordert, Abgase zu reduzieren. Für frischere und saubere Luft sind außerdem Nichtraucherzonen eingeführt worden, welche sich in der Rezeption, im gesamten Restaurant sowie in der hoteleigenen Disko befinden. Im Bereich **Mülltrennung und Recycling** nimmt das Madinat Makadi eine Vorreiterrolle in Hurghada ein. Der gesamte Abfall wird von dem zuständigen Unternehmen abgeholt, in der Müllrecyclinganlage (auch auf dem Gelände von Madinat Makadi) aufbereitet und anschließend per Schiff verschifft (wobei der Schiffsexport sicherlich noch nicht die nachhaltigste Lösung darstellt).

Des Weiteren bietet das Hotel den Mitarbeitern



Dennoch existiert trotz dieser Bemühungen Aufholbedarf im Bereich des nachhaltigen Managements, worauf im nächsten Abschnitt näher eingegangen wird.

### 6.1.2.2. Verbesserungsvorschläge Makadi Oasis

Stark widersprüchlich zu den sonstigen Umweltaktivitäten des Hotels ist, dass [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] **Hinweis bzgl. des Unterwasserwelt-**  
**schutzes** sowie ein **Flyer** mit der Bitte, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Es ist zu **empfehlen**, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] **Mitarbeiter** dar. Um deren **Motivation** zu steigern, ihre Identifikation mit dem Unternehmen zu erhöhen sowie um ganz neue Ideen zu gewinnen, könnte [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Diese Anlagen stehen selbstverständlich in einem kla-

---

<sup>94</sup> [REDACTED]

<sup>95</sup> Alle im Zimmer befindlichen Hinweise siehe Anhang 4.

<sup>96</sup> Fotos siehe Anhang 5.



ren Widerspruch zu den sonst umweltfreundlichen Aktivitäten der Madinat Makadi, sollen aber in dieser Arbeit keine Berücksichtigung finden. Die nachfolgende Übersicht stellt weitere Verbesserungsvorschläge für die Bereiche Energieversorgung, Wasserversorgung und -entsorgung sowie Abfallentsorgung dar.

Abbildung 31: umweltorientierte Verbesserungsvorschläge

Aktionsbereich	mögliche Einzelmaßnahmen
Energieversorgung	<p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p>
Wasserversorgung und -entsorgung	<p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p>
Abfallentsorgung/-reduzierung	<p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p>

Auf der **Internetseite von Iberotel** (und ebenso bei der Hotelansicht unter [www.TUI.com](http://www.TUI.com)) zu diesem Hotel findet man leider **keinerlei Information über dessen Umweltengagement**:

Abbildung 32: Internetseite des Iberotel Makadi Club Oasis

Iberotel Hotels & Resorts – Ägypten Deutschland Italien Türkei Vereinigte Arabische ... Page 1 of 2

**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**

<http://www.iberotel.net/de/hotels/details.php?id=16> 31.03.2012

Quelle: <http://www.iberotel.net/de/hotels/details.php?id=16> (Stand: 31.3.2012)

Unter <http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/umweltmanagement/zertifizierungen> findet man in einer langen Liste den Hinweis auf die Green-Star-Auszeichnung des Hotels. Manche andere Anbieter, [REDACTED] weisen auf das Umweltengagement des Hotels hin.

## 6.2 HEPCA

Die 1995 gegründete Non-Governmental und Non-Profit Making Organization „*Hurghada Environmental Protection and Conservation Association*“, kurz „*HEPCA*“<sup>97</sup>, gibt als oberste Ziele den Schutz und die Erhaltung der Umwelt und der Unterwasserwelt an. Ihr mit dem HEPCA-Logo verbundener Slogan lautet daher auch „*Caring for the red sea*“. Unter Einbeziehung von Schulen und dem Tourismussektor sowie in Zusammenarbeit mit Großhändlern versucht HEPCA, die **Bevölkerung für das Thema Umweltschutz zu sensibilisieren**. Besonders aktiv ist die Organisation im Bereich der Gesetzgebung. In den letzten fünf Jahren wurden in Zusammenarbeit mit der **Egyptian Environmental Affairs Agency** und dem **Natural Protectors Department** mehr

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] **zahlreiche Abfalltonnen** mit dem Logo HEPCAs vorzufinden, sondern auch **Straßenreiniger** in der roten HEPCA-Uniform. Auch andere Orte folgen vereinzelt diesem Beispiel.



[REDACTED]

[REDACTED]



Ein weiteres Beispiel für die Umweltschutzaktivitäten von HEPCA ist der Kampf um

Ökotourismus ist<sup>99</sup>

Dieses Unternehmen ist nach Meinung der Autoren die **für die Einheimischen am stärksten präsen- te Umweltschutzorganisation**, da sie in allen Lebensbereichen vorgefunden wird. An Tankstellen, im Supermarkt, auf der Straße, vor den Schulen und in den Hotels sind die Logos HEPCAs wiederzufinden.

<sup>99</sup>

O

### 6.3 SEKEM

Bereits 1977 wurde SEKEM, was auf altägyptisch „*Lebenskraft*“ bedeutet, in Kairo gegründet. Zu Beginn schon lautete der Grundsatz des Unternehmens, eine ganzheitliche Entwicklung in Ägypten zu entfalten, um eine Balance zwischen der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung zu schaffen. Heute umfasst die SEKEM Group

[REDACTED]

[REDACTED] Von den Gewinnen wurden ein Kindergarten, eine eigene Schule, ein Krankenhaus sowie Einrichtungen für die Betreuung Behinderter erbaut.

### 6.4 Red Sea Diving Safari

Gegründet wurde die Organisation Red Sea Diving Safari im Jahr 1990. Sie repräsentiert ein internationales **Netzwerk von Tauchern und Öko-Touristen**, für welche die Verbesserung der Umwelt sowie der Wettbewerbsfähigkeit einer nachhaltigen Tourismusindustrie in Ägypten wichtig ist. Sie arbeitet u. a. mit

[REDACTED]

[REDACTED] **umweltfreundliche Tauchgänge** und gibt Tauchern die Möglichkeit, mehr über Meeresbiologie und Unterwasser-Ökosysteme zu erfahren. Des Weiteren ist das Unternehmen

<sup>101</sup> Vgl. Anhang 13.

<sup>102</sup> Vgl. <http://forumandersreisen.de/Aegypten-Aegypten-SEKEM-pur-a14961.html> sowie [www.sekem-reisen.de](http://www.sekem-reisen.de), Abfrage 02.06.2011 und 31.03.2012.

<sup>103</sup> Vgl. Boecker/Kafi, SEKEM insight, S. 3.

104

## Belastungsgrenzen für Hausriffe

Neben **Energieeinsparungsmaßnahmen** wie der Verwendung von Energiesparlampen oder Diesel-Generatoren bemüht sich RSDF auch,

## Beduinen

Was für Auswirkungen dies auf die Betroffenen haben kann, wurde bereits oben ausführlich dargestellt.

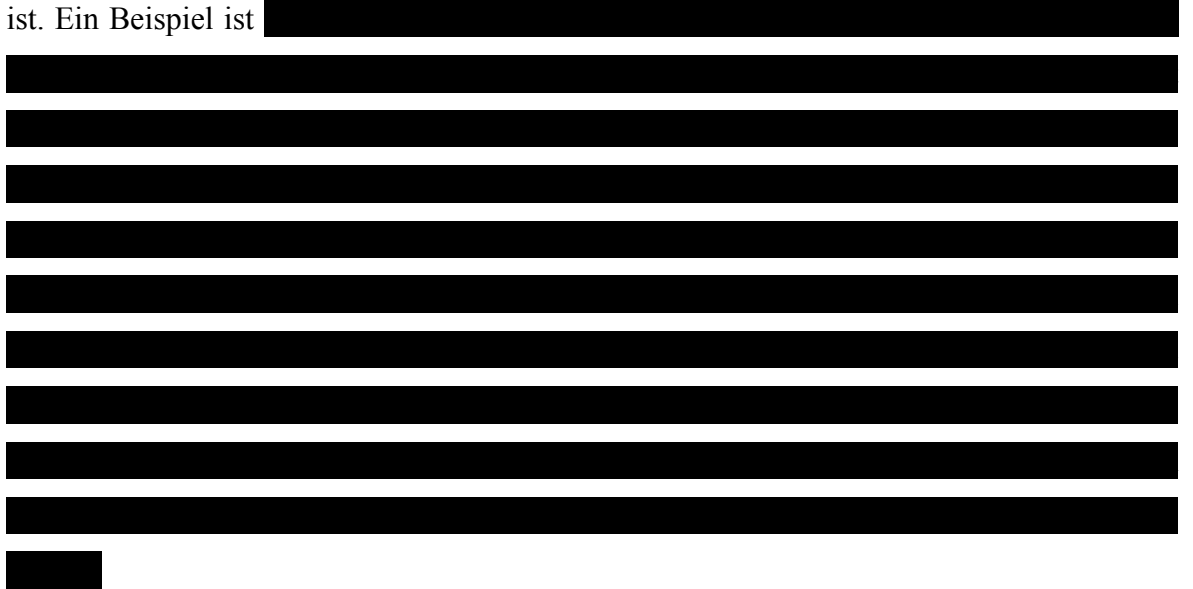


Fotos 33 und 34: Auch schöne Tauchreviere wie Na'ama Bay machen – über Wasser bei Tageslicht – keinen allzu einladenden Eindruck

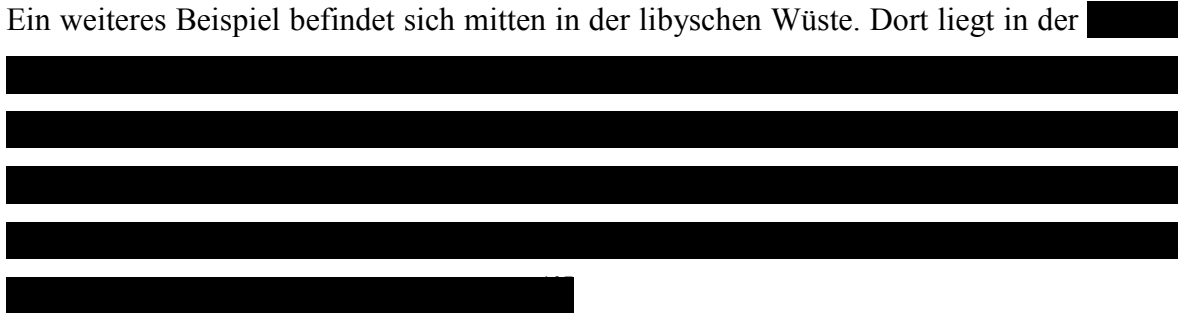
<sup>104</sup> Die TUI bietet Kunden an, an einem Nachhaltigkeitsprojekt

## 6.5 Weitere Beispiele einer nachhaltigen Hotelführung in Ägypten

Heute entstehen in Ägypten immer mehr Hotels, die ihren Betrieb umweltfreundlich ausrichten. Allerdings sind dies meist kleine und von den großen touristischen Städten abseits liegende Hotels, die durch ausschließlich lokale oder kleine Reiseveranstalter buchbar sind. Dies ist auch ein Grund dafür, dass ein solch ausgeprägtes Umweltmanagement möglich ist. Ein Beispiel ist



Ein weiteres Beispiel befindet sich mitten in der libyschen Wüste. Dort liegt in der



*Nichts im Universum ist ohne Wert,*

*denn die Natur tut nichts vergeblich. (Aristoteles)*

## 7. Ausblick

Innerhalb der letzten 30 Jahre hat sich Ägypten zu einer der Top-Urlaubsdestinationen der Europäer entwickelt.<sup>108</sup> Wo im Jahr 1920 noch ein kleines Fischerdorf stand, befindet sich heute Hurghada mit zahlreichen Restaurants, Cafés und Diskotheken. Doch mit dieser rasanten Entwicklung vom traditionellen Fischerdorf zur größten Touristenmetropole am Roten Meer, bringt nicht nur positive, sondern auch negative Effekte auf das Land ein. Sollten künftig die negativen ökologischen und sozio-kulturellen Auswirkungen nicht berücksichtigt oder minimiert werden, besteht die Gefahr, dass der **wirtschaftliche Aufschwung auf Kosten der Einheimischen und der Umwelt** erfolgt. Aufgrund dessen **muss der Tourismus nicht nur wettbewerbsfähig, sondern auch nachhaltig sein sowie langfristig in das vorhandene Wirtschaftssystem integriert werden.**<sup>109</sup> Auch die Interessen der einheimischen Bevölkerung sollten berücksichtigt werden. Wirtschaftlichen Effekten wie hohen Deviseneinnahmen, Arbeitsplatzschaffung und Steigerung des BIP

Bereits in solch eine Situation **hineingeboren, wird weder das eigene noch das Verhalten der Eltern und Freunde hinterfragt, sondern immer weiter fortgeführt.** Sollten sich nicht bald höhere Instanzen einschalten und eine wirksame Abfallentsorgung initiieren, wird die Umweltverschmutzung dramatischen Einfluss auf Bevölkerung und Gesundheit des Landes nehmen.

Andere negative Effekte, wie z. B. die **sozio-kulturellen Auswirkungen**, sind im Vergleich zu den ökologischen Effekten **viel schwieriger zu kontrollieren und zu minimieren**, da diese viel komplexer sind und hier meist nur ein sehr geringes Eigeninteresse der touristischen Akteure besteht. Der permanente Kontakt zu Touristen kann nicht nur zur Nachahmung des touristischen Verhaltens führen, sondern auch zum Untergang uralter und hochentwickelter Kulturen.

<sup>108</sup>



Unseres Erachtens muss es **Aufgabe der** für den Tourismus verantwortlichen **staatlichen Stellen** in Ägypten sein, durch **langfristige Investitionen in Millionenhöhe** auf eine **Werte- und Verhaltensänderung in Umweltfragen**, aber auch hinsichtlich der **Akzeptanz der westlichen Kultur** der Urlaubsgäste hinzuwirken. Ein **Marketing nach innen** ist zur **langfristigen Sicherung des tourismuswirtschaftlichen Potentials Ägyptens** ebenso wichtig wie Werbung in den Quellmärkten.

Aufgrund der Analyse der Fragebögen wird deutlich, dass Urlauber

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]. Durch die vorliegende Untersuchung wurde deutlich, dass sich die Einheimischen [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Ob Tourismus in einem Land, in dem 20 % der Bevölkerung unter der Armutsgrenze lebt<sup>110</sup> und in dem diese dazu über einen relativ niedrigen Bildungsstand verfügt, tatsächlich in vollem Umfang innerhalb der kommenden Jahre nach dem **Nachhaltigkeitsprinzip** gestaltet werden kann, wobei die Einheimischen dieses auch verstehen, akzeptieren und leben, bleibt an dieser Stelle zu **bezweifeln**. Da aber Ägyptens Wirtschaft auf die Einnahmen durch den Tourismus angewiesen ist und diesen Sektor in den kommenden Jahren immer weiter ausbauen wird bzw. will, ist der **permanente Kontakt zwischen Einheimischen und Touristen** vorprogrammiert. Es ist anzunehmen, dass sich die Ausbreitung auch immer mehr in die traditionellen Gegenden Ägyptens erstrecken wird. Aktuell, so unsere Einschätzung, **schadet der Tourismus in Ägypten auf der sozio-kulturellen Ebene mehr als er Positives (z.B. im Sinne einer Völkerverständigung) bewirkt**.

---

<sup>110</sup> Vgl. <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=69&c=eg&l=de>, Abfrage 20.06.2011, Stand 2008.

Aufgrund dessen müssen höhere Instanzen, also neben Non-Governmental-Organisationen letztlich vor allem der **Staat**, einschreiten und bereits in den Schulen und Hochschulen anfangen, über **andere Kulturen aufzuklären und Vorurteile zu bekämpfen**. Nach unserem Kenntnisstand wird „Europa“ und dessen Kultur und Religionen in den **ägyptischen Schulen** nicht im Unterricht behandelt. Auch

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

**Nur, wenn die (europäischen) Touristen sich nicht nur als „Geldgeber & Goldesel“ angesehen fühlen, denen in Wahrheit keinerlei Respekt entgegengebracht wird, sondern sich als Gäste willkommen sehen, wird der Tourismus für Ägypten auch in den nächsten Jahrzehnten eine sichere Einnahmequelle darstellen. Denn niemand muss nach Ägypten reisen!**

**Ob europäische Tourismusunternehmen einen Beitrag zu dieser Werteänderung in der ägyptischen Bevölkerung beitragen können, bezweifeln die Autoren.** Dies hätte sich dank ihrer Präsenz in den letzten Jahrzehnten bereits manifestieren müssen. Von daher ist die Ankündigung von TUI-Deutschland-Chef **Volker Böttcher**, sein „Unternehmen werde den **Demokratisierungsprozess vor Ort durch Projekte zur Weiterbildung und Frauenförderung gezielt unterstützen**“,<sup>111</sup> zwar anerkennens- und lobenswert, u.E. aber **kaum durchsetzbar bzw. wirksam, wenn nicht die ägyptischen staatlichen Stellen selbst diesen Prozess wünschen und vorantreiben.** Böttchers Einschätzung jedenfalls, dass „selbst in streng islamisch geprägten Ländern ein europäischer Tourismus möglich ist, **ohne dass jemand daran Anstoß nimmt**“,<sup>112</sup> musste durch die vorliegende Studie leider **widerlegt** werden.

**Erste Initiativen**, die sich für **Umweltschutz und Bewusstseinsbildung** innerhalb der Bevölkerung einsetzen, bestehen in Ägypten bereits. Insbesondere HEPCA ist an dieser Stelle hervorzuheben, da diese im Alltag jedes Einwohners wiederzufinden ist. Auch im-

---

<sup>111</sup> Interview mit der Neuen Osnabrücker Zeitung vom 2.3.12, auch abrufbar unter <http://www.noz.de/deutschland-und-welt/gut-zu-wissen/61263165/tui-will-demokratisierungs-unterstuetzen>

<sup>112</sup> Ebenda.

mer mehr Hotels engagieren sich in Sachen Umweltschutz und Mitarbeiteraufklärung; insbesondere internationale Hotelmarken wie Iberotel oder Sensimar sind hier die Vorreiter, wobei die deutschen Reiseveranstalter deren Umweltengagement u.E. nicht in einer sinnvollen Deutlichkeit **als Verkaufsargument kommunizieren**.

Einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die grundsätzliche Entwicklung des Tourismus in Ägypten hat u.E. die **politische Konstellation** des Landes. Nach dem Sturz des früheren Präsidenten Hosni Mubarak haben die **islamistischen Parteien bei den Wahlen im September 2011 deutliche Erfolge** erzielt. Insbesondere die sog. Muslimbruderschaft<sup>113</sup> und ihre Bündnispartner konnten mehr als 47% der Stimmen auf sich vereinen; die Parteien der radikal-islamischen sog. Salafisten sicherten sich fast 25% der Parlamentssitze. Je nachdem, in welche Richtung bzw. Schranken die neue Regierung in den nächsten Jahren das Land und damit speziell den Tourismus weisen will, **kann dies gravierende Folgen für den Tourismus haben**. Die breite Unzufriedenheit vieler Einheimischer mit dem Tourismus und dessen Effekten sowie die Bereitschaft, dagegen anzugehen, wurden in der Fragebogenauswertung deutlich.

Abschließend lässt sich sagen, dass es bereits heute möglich ist, unter dem Aspekt des sog. **Sanfteren Reisens nach Ägypten** zu verreisen. Die Verbraucher selbst können mit der Entscheidung gegen einen einwöchigen Badeurlaub zugunsten einer mehrwöchigen Reise zur Entdeckung von Land, Kultur und Natur einen eigenen Beitrag zur Völkerverständigung und zur Verminderung der Luftverschmutzung leisten. Auch die Wahl

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] um auf diese Weise **Respekt und Verständnis von beiden Seiten füreinander** schaffen zu können. Nur auf diese Weise ist ein friedliches Nebeneinander mit positiven Effekten für beide Seiten möglich – und nur so

---

<sup>113</sup> Die Muslimbruderschaft ist die stärkste oppositionelle Kraft in Ägypten, obwohl sie offiziell verboten ist. Gegründet wurde die Muslimbruderschaft 1928 durch den Lehrer Hassan al Banna in Kairo. Sie ist damit die älteste sunnitisch-islamistische Bewegung. Ihre Lehre folgt dem „Tauhid“, der Einheit zwischen Staat und Islam. Ihr langfristiges Ziel ist ein danach ausgerichtetes Gesellschaftssystem.

kann der Tourismus langfristig der Verständigung zwischen westlichen und arabischen Völkern dienen. Gelingt dies nicht, spricht leider in der Tat vieles dafür, als Tourist und auch als Reiseveranstalter dem im Vorwort geschilderten Aufruf zum Verzicht auf Reisen nach Ägypten zu folgen ...

**Online-Version / Textauszüge  
(vollständige Version als Print-Buch,  
siehe letzte Seite)**

## Anhang

### Anhangsverzeichnis

	Seite
Anhang 1: Umweltsituation in Kairo, dargestellt anhand von <b>Bildern</b>	84
Anhang 2: Orfi – Vertrag (Namen unkenntlich gemacht) <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 3: Fragebogen und Umweltschutzerklärung des Makadi Oasis <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 4: Umweltschutzhinweise auf den Zimmern der Gäste <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 5: Iberotel Aquapark <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 6: <b>Fragebogen</b> für Touristen (deutsche Version) <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 7: <b>Fragebogen</b> für Einheimische (im Original auf arabisch) <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 8: Grundauswertung - Touristen <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 9: Grundauswertung - Einheimische <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 10: Urkunde der Green Star Hotel Initiative <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 11: Auszug aus dem Kriterienkatalog der Green Star Hotel Initiative <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	
Anhang 12: Islamreise <b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>	

***Anhänge nur in der Print-Version!***

## Harter Tourismus in Ägypten?

Über viele Jahre bildete der Tourismus einen wirtschaftlich bedeutenden und stark wachsenden Wirtschaftszweig für Ägypten. Doch im Januar 2011 begann in Ägypten die **Revolution** - mit gravierenden Folgen auch für den Tourismus: Alleine aus dem Quellmarkt Deutschland reisten ca. **30% weniger Touristen** in das Land am Nil, nicht wenige Hotels standen zeitweise fast leer. Im März 2012 präsentierte sich Ägypten in Berlin als offizielles Partnerland der Internationalen Tourismus-Börse, um wieder mehr Gäste zu gewinnen. **Doch kann und soll der Tourismus dort nun neu beginnen?**

**Wünscht die ägyptische Bevölkerung überhaupt den Tourismus?** Akzeptiert sie ihn und die mit ihm ins Land kommenden „Andersgläubigen“? Oder ist nur das Geld der Urlauber, nicht aber der Tourist als Gast und mit seiner Kultur willkommen? Auf Basis einer bislang einmaligen **Befragung von Einheimischen**, die in der Tourismusbranche beschäftigt sind, verdeutlicht dieses Buch die tatsächliche **innere Haltung vieler Ägypter** gegenüber europäischen Touristen und insbesondere **westlichen Frauen**. Auch das Phänomen „**Bezness**“, die Ausnutzung europäischer Frauen durch ägyptische Männer, wird verdeutlicht.

Und wie sehen sich die **Touristen in Ägypten**? Glauben sie, sich ausreichend an Land und Kultur anzupassen? Erkennen sie ihre eigenen (negativen) Einflüsse auf Ägypten? Durch eine spiegelbildliche **Befragung von Urlaubern in Ägypten** wird auch diesen Fragen nachgegangen.

Was auch immer Sie schon über Ägypten und die **Chancen und Probleme des Tourismus** wussten - **dieses Buch wird Ihre Einstellung verändern!** Die Umfragen zerstören (leider) die Illusion, der Tourismus habe in Ägypten bislang zur Völkerverständigung beigetragen. Durch zahlreiche Fotos dokumentiert werden weitere Probleme des bzw. für den Tourismus in Ägypten aufgezeigt.

Doch es existieren erste Initiativen, die sich in Ägypten für **Umweltschutz und Bewusstseinsbildung** innerhalb der Bevölkerung einsetzen. Auch diese stellt das vorliegende Buch vor, verbunden mit der Hoffnung und dem Aufruf, dass der ägyptische Staat ebenso wie die deutsche Tourismusindustrie künftig mehr dafür tun, damit sich Ägypter und Europäer eines Tages tatsächlich freundschaftlich am Nil oder bei den Pyramiden begegnen. Denn eines ist sicher: **Niemand muss nach Ägypten reisen!**

**ISBN 978-3-935923-21-7**

**Erhältlich in jeder Buchhandlung**

**oder direkt beim Verlag über [www.Kirstges.de](http://www.Kirstges.de)**

Dieses Buch kann **in einer vollständigen, gedruckten Form**, mit vielen **Farbfotos** in **besserer Bildqualität**, zum Preis von **29.- EUR** direkt bei Herrn Prof. Dr. Kirstges oder über den Buchhandel bezogen werden

(ISBN: 978-3-935923-21-7; Kontakt: [Kirstges@aol.com](mailto:Kirstges@aol.com)).

---

Beachten Sie auch folgende umfangreiche Publikation von

Prof. Dr. Torsten Kirstges zum Tourismusmarketing:

**Expansionsstrategien** im Tourismus: **Marktanalyse** und **Strategiebausteine**, unter besonderer Berücksichtigung mittelständischer Reiseveranstalter, 4. Auflage, Wilhelmshaven 2010

(ISBN: 978-3-935923-14-9; ca. 620 Seiten; 49.-EUR)

Auf mehr als 600 Seiten werden Studierenden und Entscheidungsträgern in der Unternehmenspraxis **konkrete Ansatzpunkte für ein Unternehmenswachstum** in der Branche der Reiseveranstalter und Reisemittler, auch in der momentan schwierigen Marktsituation, aufgezeigt.

Gleichzeitig liefert das Buch **umfangreiches Datenmaterial** aus der touristischen Marktforschung und dient als „**Gedächtnis**“ der **Branche**, denn Fehlentwicklungen und Flops der letzten 30 Jahre werden schonungslos aufgezeigt und einer Analyse unterzogen. So können heute anstehende unternehmerische Entscheidungen aus den **Erfahrungen der Vergangenheit** heraus **optimiert** werden.

Expansionsrelevante Strategien wie **Vertikale Integration**, **Marktsegmentierung**, **Individualisierung** oder **Yield Management** werden detailliert behandelt. Kurz: Ein Buch voller Substanz, das in die Tiefe geht.

---