



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Susanne Sammouri**

**Tourismus als Chance –  
Dubai nach dem Öl**

2017

---

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Tourismus als Chance - Dubai nach dem Öl**

Autor:  
**Frau Susanne Sammouri**

Studiengang:  
**Businessmanagement:  
Hotel-, Event- und Tourismusmanagement**

Seminargruppe:  
**BM13wT5-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Volker J. Kreyher**

Zweitprüfer:  
**M. Sc. Thomas Höfels**

Einreichung:  
Offenbach am Main, 21.01.2017

---

# **BACHELOR THESIS**

---

## **Tourism as an opportunity – Duabi after oil**

author:  
**Mrs. Susanne Sammouri**

course of studies:  
**Businessmanagement:  
Hotel-, Event- and Tourismusmanagement**

seminar group:  
**BM13wT5-B**

first examiner:  
**Prof. Dr. Volker J. Kreyher**

second examiner:  
**M. Sc. Thomas Höfels**

submission:  
Offenbach am Main, 21.01.2017

## Bibliografische Angaben:

Sammouri, Susanne:

### **Tourismus als Chance – Dubai nach dem Öl**

Tourism as an opportunity – Dubai after oil

2017 - 48 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

## **Abstract**

Die Arbeit befasst sich mit der touristischen Entwicklung der Destination Dubai. Der Tourismussektor wurde innerhalb von geschätzte 45 Jahren erbaut worden und unterliegt ständigem Ausbau. Heute gilt Dubai als eine der bedeutendsten Destinationen weltweit. Hintergrund hinter diesem Ausbau ist die Unabhängigkeit vom Erdölsektor, da die Ölreserven begrenzt sind und nicht ewig sprudeln werden. Der Tourismus wurde auf eine moderne Art und Weise ausgebaut, um den internationalen Geschmack gerecht zu werden. Der Tourismus auf die Zukunft ausgerichteter Wirtschaftszweig, der in Zukunft für Einnahmen sorgen sollen.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract.....</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>7</b>
1.1 Ziel der Arbeit.....	7
1.2 Methodische Vorgehensweise.....	14
<b>2 Tourismus- und Destinationsmanagement.....</b>	<b>14</b>
2.1 Definitionen.....	14-15
2.1.1 Angebotsanalyse.....	15-16
2.1.2 Nachfrageanalyse .....	17-18
2.1.3 Bedürfnisanalyse.....	18
2.2 Was muss geschehen, um eine Destination zu entwickeln?.....	19
<b>3 Wirtschaftsstandort Dubai.....</b>	<b>20</b>
3.1 Strukturdaten.....	20-22
3.2 Wirtschaftsbereiche.....	22-28
3.3 Issues.....	28-29
<b>4 Luxushotelmanagement.....</b>	<b>30</b>
4.1 Erschließung neuer Segmente.....	30-32
4.2 Nachhaltigkeit.....	32-34
4.3 Interkulturen.....	34
<b>5 Einleitung.....</b>	<b>34-36</b>
5.1 Angebot.....	36-42
5.2 Nachfrageverhalten und Bedürfnisanalyse.....	42-46
5.3 Zielgruppen sowie die Erschließung neuer Zielgruppen.....	46-48
5.4 Luxustourismus .....	48-51
5.5 Umweltprobleme .....	51
<b>6 Handlungsempfehlungen.....</b>	<b>51-52</b>
<b>7 Fazit.....</b>	<b>53</b>

**Literaturverzeichnis.....X**

**Eigenständigkeitserklärung.....XV**

## 1. Einleitung

Das Phänomen des Reisens hat seine Wurzeln im Mittelalter gefunden. Schon in der Zeit haben die Handelsleute sich in Bewegung gesetzt. Allerdings sehr minimal, da die Infrastruktur die Bewegung nicht einfach gemacht hat. So hat man z.B. von der Türkei nach Spanien mithilfe des Schiffes bewegt. Das Reisen hat sich über die Jahrhunderte sehr stark verändert und bildet für viele Länder eine Haupteinnahmequelle und sichert deren Existenz. Dank der Infrastruktur und den technologischen Fortschritt, kann man sich innerhalb von wenigen Stunden in andere Länder begeben. Die Veränderung hat auch die Reisebüros sowie Reiseveranstalter betroffen, durch das Zusammenstellen von Reisen (Pauschalreisen), ist das Phänomen des Reisens vereinfacht worden. Aufgrund der vielen Reiseanbieter sind die Preise in vielen Fällen günstig, was die Reisebereitschaft der Menschen fördert.

### 1.1 Ziel der Arbeit

Ziel der vorliegenden Arbeit gilt es zu untersuchen, inwiefern standhaft der Tourismussektor in der Destination Dubai ausgebaut wurde. Der Ausbau des Tourismussektors erfolgte innerhalb einer kurzen Zeiten. Der Schwierigkeitsgrad liegt darin, dass der Tourismussektor zum Teil den Ölsektor ersetzen soll. Die Erfolge sind anhand des erzielten finanziellen Einnahmen aus dem Tourismussektor zu messen. Grund hinter den Umstieg in den Tourismussektor, sind die knappen Ölreserven in Dubai. Die offene Frage die bleibt ist, was die negativen Seiten hinter dem schnellen Wachstum der Destination sind. Vor allem wird auf dem Tourismusangebot eingegangen und überprüft, ob dieser langfristig oder kurzfristig ausgebaut wurde. Das Hotelangebot richtet sich überwiegend einem Segment, der Luxushotellerie. Zudem wird untersucht in welchen Segmenten bedarf besteht und welche Rolle die Regierung diesbezüglich einnimmt.

Insgesamt unterteilt sich diese Arbeit in vier verschiedene Hauptkapiteln. Das zweite Kapitel befasst sich mit den Definitionen. Das dritte Kapitel verschafft einen Überblick über die Wirtschaft und die wichtigsten Wirtschaftssektoren. Aufgebaut wird mit dem vierten Kapitel, welches sich mit der Hotelbranche auseinandersetzt und stark auf die Rolle der Nachhaltigkeit eingeht. Das fünfte Kapitel, das einen großen Platz in der Arbeit einnimmt, berichtet über das Tourismusangebot und beleuchtet dies von vielen verschiedenen Facetten. Zudem wird untersucht, welche Zielgruppen sich für Dubai als

---

Reiseziel entscheiden und welche Zielgruppen können in Zukunft dazu erschlossen werden. Da der Luxustourismus in Dubai eine Hauptrolle spielt, wird er hier untersucht und es wird auf die Umweltprobleme eingegangen, welches durch den Tourismus verursacht wurden. Abschließen werden Handlungsempfehlungen aufgelistet und die Autorin nimmt ihr Fazit.

## **1.2 Methodische Vorgehensweise**

Zu Beginn war für diese Arbeit die Experteninterviews als Methode gedacht. Da die Destination Dubai eine starke Verwandlung bezüglich des Tourismus unterlegen war und immer noch unterliegt. An der Stelle sollten die Fachperson die Entwicklung beurteilen und nennen welche Auswirkungen dies auf die Wirtschaft und Gesellschaft.

Nach anstrengenden Bemühungen hat sich leider keine Fachperson an der Teilnahme bereit erklärt. Um trotzdem wissenschaftlich weiter zu arbeiten, wurde auf der Basis einer Literatur- und Onlinerecherche diese Arbeit aufgebaut. Aufgrund der Aktualität der Thema sind Online sehr viele Quellen gefunden worden, auf der sich diese Arbeit unterstützt. Die Regierung von Dubai hat selbst auf ihre Internetseiten sehr viele sichere Informationen bezüglich des Tourismus geboten. Weiterer lieferten Berichten aus der Wirtschaft Zahlen, um die Entwicklung des Tourismus einschätzen zu können. Zudem haben Onlineartikeln dazu beigetragen, den Tourismussektor aus unterschiedlichen Perspektiven kritisch zu beleuchten.

## **2. Tourismus- und Destinationsmanagement**

Im folgenden Kapitel werden die Managementbereiche Tourismus- und Destinationsmanagement näher beleuchtet. Im weiteren Verlauf wird beschrieben was eine Angebotsanalyse, Nachfrageanalyse und Bedürfnisanalyse sind. Abschließend zu dem Kapitel wird geschildert wie eine touristische Destination zustande kommt.

### **2.1 Definitionen:**

#### **Destinationsmanagement**

Der Begriff "Destination" kommt ursprünglich aus dem lat.: *destinatum* und bedeutet das Reiseziel. Heutzutage ist der Begriff aus dem Englischen "destination" bekannt. In der Literatur gibt es verschiedene Definitionen über die Auffassung von Destinationen.

---

Laut Freyer, hängt die Größe einer Destination von der Auffassung des Reisenden ab. Allerdings ist der Reisezweck ausschlaggebend, um die Größe einer Destination zu legitimieren. Jede Destination bietet ein Muster an Attraktionen, diese ist je nach Entwicklungsstand der Destination unterschiedlich ausgebaut<sup>1</sup>.

Destinationen werden vom Destinationsmanagement gesteuert. Die Hauptaufgaben des Destinationsmanagements ist die strategische Führung und die Vermarktung einer touristischen Destination. Durch verschiedene Kooperationen zwischen den einzelnen Leistungsträger werden Dienstleistungsketten aufgebaut, um die Destination übergreifend zu vermarkten. Das Destinationsmanagement wird unter das Dreieck der Nachhaltigkeit betrachtet, welches die Eckpunkte Ökologie, Ökonomie und Soziales beinhaltet. Das Gleichgewicht der drei Punkte ist angestrebt. Dies ist in der Realität bedingt zu erreichen, denn je nach Ort und Lage der Destination, kann der Fokus überwiegend auf einen der drei Punkte liegen<sup>2</sup>.

## **Tourismusmanagement**

Das Tourismusmanagement findet in Körperschaften, Firmen oder Verbände statt, die das Kaufen und Verkaufen von touristischen Leistungen für sich selbst oder für andere tätigen. Das Tourismusmanagement umfasst Aufgaben, wie die Analyse von Kommunikationsstrukturen. Hierbei ist die Wahl der Kommunikationsstruktur von Bedeutung, denn diese entscheidet über die Vermittlung zwischen der Dienstleistung oder das Produkt und dem potentiellen Kunden. Für den Kunden muss die Information kurz und informativ verfasst werden. Weiterhin werden immer wieder neue Produkte entwickelt und gleich differenziert, da das neue Produkt von den anderen Produkten hervorgehoben werden soll. Eine weitere Hauptaufgabe ist die Entwicklung von touristischen Geschäftsmodellen, wie der Umstieg in die Digitalbuchungssysteme.

### **2.1.1 Angebotsanalyse**

Vor Beginn der drei Analysen, wird eine Marktanalyse durchgeführt. Diese Analyse basiert auf Statistiken und Meinungsforschungen. Der Markt wird in der Vergangenheit und in der Gegenwart beobachtet und für die Zukunft werden Schätzungen festgehalten. Parallel werden systematisch einzelne Unternehmen untersucht und es wird über-

---

1 Vgl. Freyer 2015, 328

2 Vgl. Scherhag (2009)

prüft wie diese sich im betroffenen Marktsegment, des Tourismus platzieren. Der darauf aufbauende Schritt, bildet die Vision. Hier werden die Rahmenbedingungen festgelegt, in welche Richtung und Größe die Destination sich entwickeln soll. In der Regel ist die Vision zukunftsorientiert und bildet immer die Richtlinie für die Entwicklung der Destination über mehrere Jahre. Das Entwicklungskonzept schließt dieses Verfahren ab. Welche touristische Angebote entstehen müssen, wird im Detail geplant. Es werden Investoren und Sponsoren gesucht, um die Finanzierung der Projekte sicherzustellen. Wenn alle diese Punkte feststehen, kann die Entwicklung der Destination beginnen<sup>3</sup>. Die gesamte Entwicklung in ihren vier Phasen ist im nächsten Punkt (2.2) deutlich beschrieben. Die touristische Angebotsanalyse richtet sich dem touristischen Angebot. Je nach Destination sieht das touristische Angebot sehr verschieden aus. In erster Linie gilt zu klären, welche Angebote als touristische Angebote zu zählen sind. Nach Feyer wird in drei Kategorien unterschieden. Die erste Kategorie umfasst Produkte, die ausschließlich von Touristen in Anspruch genommen werden, wie das Hotel. Die zweite Kategorie beinhaltet Produkte, die sowohl von Touristen als auch von Einheimischen genutzt werden, wie das Restaurant. Die dritte Kategorie umschließt Produkte, die ihre Bedeutung vom Standort bekommen. Z.B. ein Friseur wird zum touristischen Angebot, wenn er als Hotelfriseur tätig wird<sup>4</sup>. Die Angebotsanalyse ist von vielen Angebotsfaktoren abhängig. Als erstes zu zählen sind die natürliche Angebotsfaktoren. Hier wird die Lage und Größe einer Region untersucht. Weitere Naturgegebenheiten wie das Klima, die Gewässer, die Landschaft, Tier- und Pflanzenwelt werden beleuchtet. Zudem werden die sozioökonomischen Faktoren betrachtet. Die Wirtschaftsstrukturen, die Bevölkerungsstrukturen sowie die politischen Strukturen werden unter die Lupe genommen. Darüber hinaus werden die infrastrukturellen Faktoren reflektiert. Dabei gilt es die Ver- und Entsorgungsinfrastruktur einer Destination zu untersuchen. Der kulturelle Angebotsfaktor macht die Besonderheit der Destination aus. Dabei wird auf die Geschichte eingegangen und die ortstypische Produkte werden dargestellt. Ergänzend wird das Ortsbild analysiert mit allen Sehenswürdigkeiten und Kulturdenkmäler. Darauf aufbauend bildet das Unterkunftsangebot und das Gastronomieangebot einen notwendigen Analysefaktor. Dazu beinhaltet die Analyse alle Sport- und Freizeitangebote in aller Vielfalt. Die Tagungs- und Konferenzmöglichkeiten sind eine Erweiterung der Analyse. Die Analyse umfasst schließlich die Tourismusorganisationen und welches Budget ihnen zur Verfügung steht, der Umfang der Aufgaben sowie die Qualifikation des Personals sind an dieser Stelle zu beantworten. Die Angebotsanalyse soll im

---

3 Vgl. Wübbenhorst (2009)

4 Vgl. Freyer (2015), S.79

---

Gesamtbild aufdecken, in welchem Zustand und Fortschritt sich die Destination befindet. Aus diesem Grund wird die Angebotsanalyse in der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft beobachtet.

### **2.1.2 Nachfrageanalyse**

Die Nachfrageanalyse befasst sich mit der Thematik, welche Angebote an einer Destination von Touristen in Anspruch genommen werden. Um das herauszufinden werden verschiedene Methoden angewendet. Die Nachfrageanalyse ist insofern fordernd als die Angebotsanalyse zu untersuchen, da bei der Nachfrageanalyse die Touristen selbst befragt werden müssen und parallel dazu Statistiken erhoben werden. Es muss ermittelt werden wie viele Touristen die Destination in einer bestimmten Periode besucht haben und zu welcher Saison. Hierbei wird zwischen Übernachtungsgästen und Tagesgästen unterschieden. Dabei wird auf eine Jahresübersicht viel Wert gelegt. Diese zeigt auf, welche Saisonzeiten stark oder schwach besucht wurden. Bei der Auswertung dieser Zahlen, kann gezielt an das Marketing und das Angebot gearbeitet werden, um eine optimale Jahresauslastung einer Destination zu erzielen. Um für die Stabilität einer Destination zu sorgen, ist es notwendig die Jahresergebnisse über mehrere Jahren miteinander zu vergleichen. So lässt sich ein abgerundetes Bild darüber geben, wie sich der Tourismus in seiner Komplexität und Vielfalt entwickelt hat. Ferner ist festzustellen, welche touristischen Angebote seitens des Touristen in Anspruch genommen wurden. Ergänzend dazu soll ermittelt werden, welche Art an Beherbergung (Hotel, Campingplatz, Privatunterkunft etc.) wurde von den Touristen gebucht. An primärer Stelle sind die qualitativen Aussagen. Diese Aussagen werden durch Primäruntersuchungen, wie z.B. Gästebefragungen erfasst. Anhand der Ergebnisse der Befragungen, können die Zielgruppen festgehalten werden. Verstärkt wird ein Augenmerk darauf gelegt, mit welchen Erwartungen die Gäste einreisen und welche Motivation oder Zweck steckt hinter der Reiseanregung. Durch welches Verkehrsmittel wurde die Destination erreicht, national und international ist zu ermitteln. Die demographischen Daten wie das Alter, das Geschlecht, die Bildung, das Einkommen und der Herkunftsort spielen für diesen Fragebogen ebenfalls eine Hauptrolle. Abschließend zu diesem Punkt gilt es herauszufinden, was den Reisenden besonders gut oder schlecht bei ihrem Aufenthalt gefallen hat, mit dem Hintergedanken das touristischen Angebot für die Gäste zu optimieren.<sup>5</sup>

---

5 Vgl. LEADER AEIDL (2011): Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region

### 2.1.3 Bedürfnisanalyse

Die Bedürfnisanalyse lehnt sich an die Bedürfnispyramide vom Psychologen Abraham Maslow an mit Ergänzungen von Freyer, um ein Bezug auf den Tourismus sicherzustellen. Die Bedürfnispyramide unterteilt sich in fünf verschiedene Stufen, die aufeinander aufbauen. Der Mensch durchläuft die Stufen beginnend von der ersten Stufe und kann maximal die fünfte Stufe erreichen. Dabei kann keine Stufe übersprungen werden. Die Erste Stufe beinhaltet die Grundbedürfnisse des Menschen wie das Essen, Trinken, Schlafen, Wohnen und abschließend die Sexualität. Auf den Tourismus bezogen, bringt das Beispiel die Fahrt zum Arbeitsplatz den Punkt näher. Hier fährt der Mensch zur Arbeit, um durch das Entgelt sein Grundbedürfnisse zu sichern. Die zweite Stufe umschließt die Sicherheitsbedürfnisse, die körperliche Unversehrtheit und zugleich die Gesetzgebung eines Landes und die damit verbundene staatliche Sicherheit. Ein touristisches Beispiel gibt eine Handelsreise ab. Ziel ist es, das Grundeinkommen zu sichern. Die dritte Stufe wird von den sozialen Bedürfnisse gestaltet, welche die Kommunikation umschließt. Aus touristischer Sicht, stellt eine Besucherreise ein Beispiel dar. Hier wird der Kontakt z.B. zu Freunden oder Familienmitglieder gepflegt. Die vierte Stufe fasst die Wertschätzungsbedürfnisse zusammen. Es geht hier um das Prestige, die Anerkennung und die Freiheit des Menschen. Das touristische Beispiel einer Prestigereise verdeutlicht diese Stufe. Durch diese Art von Reise, möchte die Person einen hohen gesellschaftlichen Anerkennungswert erlangen. Die fünfte und somit abschließende Stufe befasst sich mit den Entwicklungsbedürfnissen. Hier strebt der Mensch die Selbstverwirklichung, die Unabhängigkeit und die Freude an. Eine Urlaubsreise soll die fünfte Stufe verdeutlichen. Die Person möchte sich selbst glücklich machen. Aus dem Urlaub soll die Person selbst den größten Nutzen und das größte Vergnügen haben, unabhängig von der Gesellschaft wie in der vierten Stufe<sup>6</sup>.

Zusammenfassend hält Freyer fest, dass der Tourismus keinen der fünf Grundbedürfnisse zuzuordnen ist. Letztendlich ist festzuhalten, dass der Tourismus ein gesellschaftliches, soziales oder individuelles Phänomen ist. Das Reisen als Bedürfnis tritt hervor und verschwindet wieder. Es ist kein anhaltendes Bedürfnis<sup>7</sup>.

---

6 Vgl. Freyer S. 80

7 Vgl. Freyher S. 79

## **2.2 Was muss geschehen, um eine Destination zu entwickeln?**

Zu Beginn wird auf die Begriffsdifferenzierung ein Augenmerk gelegt. Eine Destination ist ein eigenständiger Standort für Wirtschaftsansiedlungen. Dazu ist es ein Lebensraum für die Einwohner und bekommt seinen Rahmen von Verwaltungs- und Gestaltungseinheiten. Aus diesem Grund bildet der Tourismus in einer Destination nur ein Teilaspekt. Aus dieser Ansicht wird im Folgenden Text die Entwicklung einer touristischen Destination behandelt.

## **2.2 Was muss geschehen, um eine Destination zu entwickeln?**

### **Destinationslebenszyklus**

Ein Ort durchläuft in seine Entwicklung zur touristischen Destination insgesamt vier Phasen. Dazu hat Moissec das Miossec-Modell entwickelt, im Modell werden die vier Entwicklungsphasen in den Kategorien Destination, Verkehr, Touristen und Aufgaben der Tourismuspolitik erläutert. Die Ausgangslage ist, dass ein Ort ist von den Touristen noch nicht entdeckt ist, hier leben nur die einheimischen Einwohner. Die Begründung dazu bilden zwei Aussagen, entweder ist der Ort für Touristen nicht interessant genug oder es fehlen Informationen zu dem Ort. Jetzt trägt die wichtigste Entscheidung, ob ein Masterplan für die touristische Entwicklung akzeptiert oder abgelehnt wird, die Tourismuspolitik. Dies beinhaltet, welche touristische Betriebe bzw. Attraktionen entstehen müssen, um die Touristen für die Destination anzulocken. In der Entdeckungsphase (Phase 1), entstehen die ersten touristischen Attraktionen und es wird in hohen Summen investiert. Dazu erfolgt der Eintritt als Destination am Markt und die natürlichen Ressourcen werden verstärkt benutzt. Die ersten Touristen erkunden die Destination und die Verkehrsanbindung ist in mangelndem Zustand und stellt die Touristen unzufrieden dar. Insgesamt zeigt der Tourismus noch keine bedeutende Veränderung in der Region. Die Hauptaufgabe der Tourismuspolitik besteht darin, durch Marktanalysen die touristische Entwicklung zu beobachten, um auf Veränderungen sofort reagieren zu können. Die Entwicklungsphase bildet die Phase 2. Es entstehen weitere touristische Gegebenheiten und für die Touristen werden zu geschneiderte touristische Leistungen angeboten. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Infrastruktur gelegt. Hier wird eine systematische Schaffung von der touristischen Infrastruktur vorangetrieben. Abschließend werden Marketingmaßnahmen durchgeführt, um den nationalen und internationalen Bekanntheitsgrad zu steigern. Die Phase 3, ist die Wachstumsphase. Die Destination wächst durch viele Investitionen. Es entstehen weitere neue touristische Produkte mit besseren zugeschnittenen Angeboten für den Gast. Die lokale Konkurrenz steigt

---

mit steigender Betriebsanzahl. Für die Bewohner stehen aufgrund dem steigendem Tourismus viele Arbeitsplätze zur Verfügung. Beim überstehen der drei vergangenen Phasen, begeht sich die Destination in die vierte und somit letzte Phase des Entwicklungsmodell. Hier entsteht eine Tourismusorganisation, diese bildet ein Art Netzwerk zwischen den einzelnen Betrieben und Leistungsträger. Die Funktion der Tourismusorganisation ist es, die übergreifende Förderung und die Weiterentwicklung des Tourismus. Darüber hinaus wird für die Destination ein einheitliches Bild zusammengestellt an der sich alle beteiligte Betriebe und Leistungsträger halten sollen<sup>8</sup>.

### **3. Wirtschaftsstandort Dubai**

Der Wirtschaftsstandort Dubai gelegen an der arabischen Halbinsel, zählt zu den wichtigsten Wirtschaftsstandorte der Welt. Durch die diversifizierte Wirtschaft und die kontinuierliche Investitionen in der Infrastruktur, Handel, Tourismus, Immobiliensektor sowie die Eröffnung der vielfältigen Freihandelszonen, sind über die Jahre unzählige Investoren nach Dubai gelockt werden. Innerhalb von kürzester Zeit (ca. 40 Jahren) hat in Dubai eine gründliche Verwandlung stattgefunden. Aus dem Fischerdorf ist eine Metropole entstanden. Dieser Wachstum der Wirtschaft ist auf viele verschiedene Punkte zurückzuführen. Die vor allem auf Zukunftsentscheidungen und Visionen seitens dem Herrscher von Dubai beruhen.

#### **3.1 Strukturdaten**

Die zu untersuchende Stadt in der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit, ist die Stadt Dubai, welche in den Vereinigten arabischen Emirate (VAE) liegt. Dubai ist eine von sieben Emiraten (Bundesländer): Abu-Dhabi, Sharjah, Ras al-Khaimah, Fujairah, Umm al-Quwain und Ajman. Die sieben Emirataten haben sich am 2. Dezember 1971 zusammengeschlossen und verfolgen als Staatsform eine föderale konstitutionelle Monarchie. Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan ist der Staatsgründer. Die Hauptstadt ist Abu Dhabi mit dem Herrscher und zugleich Staatsoberhaupt Sheikh Khalifa Bin Zayed Al Nahyan. Jede Emirate hat einen eigenen Herrscher, in Dubai z.B., ist es der Sheikh (Ehrentitel für Herrscher) Mohamed Bin Rashid Al Maktoum. Dieser füllt die Positionen des Vize-Präsidenten und Regierungschef. Die VAE liegt in der arabischen Halbinsel und hat das Oman, Saudi-Arabien und Katar als Nachbarländer. Die Fläche der VAE

---

8 Frietzsche (2009)

beträgt insgesamt 83.600 km<sup>2</sup>. Die Amtssprache ist arabisch und die Handelssprache ist englisch. Aufgrund der hohen Ausländeranzahl werden weitere Sprachen wie Persisch, Hindi und Urdu gesprochen. Die Einwohnerzahl beträgt 9,15 Millionen, hier zu beachten ist, dass über 85% der Einwohner Ausländer sind<sup>9</sup>. In der VAE liegen die sechst- bzw. siebtgrößten Öl- und Gasreserven weltweit. Der seit mehreren Jahrzehnten hohe Export an Öl und Gas hat dazu geführt, dass die VAE zu einen der reichsten Länder der Welt gehört. Das belegt der Pro-Kopf-Einkommen von ca. 36.000 US-Dollar, die stabile Wachstumsrate und das internationale Anlagevermögen in Wert von mehreren Hundert Milliarden Euro. Im Jahr 2015 betrug die wirtschaftliche Wachstumsrate 3,9%. Der Hauptgrund hinter dem positiven wirtschaftlichen Wachstum ist der hohe Ölpreis über die vergangenen letzten Jahren, der für hohe Staatseinnahmen gesorgt hat. Um die Einnahmen stetig zu erhöhen, werden die Ölförderkapazitäten von 3 Millionen Barrel (1 Barrel = 159 Liter<sup>10</sup>) auf 3,5 Millionen Barrel pro Tag erweitert<sup>11</sup>.

Der Wirtschaftsstandort Dubai zählt zu den bedeutendsten Wirtschaftsstandorte seiner Region. Die VAE hat die freie Marktwirtschaft als Wirtschaftssystem. Dieses Wirtschaftssystem hat sich über die vergangenen Jahren positiv gezeigt, wenn die Zeit der Weltwirtschaftskrise 2007 außer Betracht genommen wird<sup>12</sup>.

Die Wichtigkeit dieses Wirtschaftsstandortes Dubai, ist auf die diversifizierte Wirtschaftspolitik zurückzuführen. Im geschichtlichen Hintergrund um 1870, ist der Hafen von Dubai der wichtigste Hafen an der Golfküste. Darüber hinaus war die Perlenfischerei ein sehr wichtiger Wirtschaftsfaktor, neben der Fischerei. Der dritte Faktor, welches später um 1966 dazu gekommen ist, ist der Ölfund im Dubai-Fateh-Feld. Die Entdeckung der Öl- und Gasreserven in den Emiraten Dubai und Abu Dhabi hauptsächlich und dem zufolge weltweiten Export, haben für den heutigen Wohlstand der Bevölkerung und des Landes beigetragen. Die Emirate Dubai besitzt Ölreserven, allerdings nicht in großen Mengen wie in Abu Dhabi. Diese Tatsache ist dem Herrscher von Dubai schon in der Entdeckungszeit der Ölreserven um 1966 bewusst gewesen. Seine Vision war es, Dubai als wichtigstes Finanz- und Handelszentrum der Welt zu etablieren. Um diesen Wunsch nachzugehen, wurde aus dem Erdölerlös in andere verschiedene Wirtschaftszweige investiert. Ziel ist es, breitgefächerte und ölonabhängige Wirtschaftszweige aufzubauen<sup>13</sup>. Die aktuell fünf wichtigsten Wirtschaftszweige sind der

---

9 Vgl. Auswärtigesamt (2016), *Außenpolitik*

10 Vgl. Metric-Conversion (2017), Barrel

11 Auswertigesamt (2016), *Außenpolitik*

12 Vgl. Glosauer (2016), Länderinformation

13 Emirates (2017), Dubai

---

Handel, die Finanzen, die Industrie, die Immobilien und der Tourismus<sup>14</sup>. Diese Bereiche und deren Bedeutung in die Wirtschaft werden vereinzelt im folgenden Text geschildert.

### **Wirtschaftsbereiche**

In Dubai wird eine vom Ölsektor unabhängige Diversifizierung der Wirtschaft angestrebt. Die eigentliche finanzielle Haupteinnahmequelle war ab 1969 größtenteils aus dem Erdöl. Die Ölreserven sind begrenzt, folglich ist für eine langfristige wirtschaftliche Strategie eine Diversifizierung der Wirtschaft in Gang genommen worden. In Dubai wurde in vielen verschiedenen Wirtschaftsbereiche investiert. Im folgenden Text, werden die Hauptbereiche der Wirtschaft behandelt, welche sich auch am BIP deutlich erkennbar machen.

#### **3.2.1 Der Handel**

Schon vor der Zeit der Ölförderung um 1969, hat sich Dubai am Persischen Golf als wichtigstes Handelszentrum etabliert. Diese Etablierung gelang Dubai durch das frühere Erkennen von den Problemen der Handelssituation am persischen Golf. In der Zeit um 1878 wurde der profitable persische Hafen Lingah, ebenso am arabischen Golf, von der persischen Regierung übernommen. Die vielen Händler wären plötzliche neue Regelungen unterworfen, wie die drastische Steuererhöhungen, die von den Händlern nicht akzeptiert wurde. Auf der Suche nach Alternativen, bot sich direkt gegenüber auf der anderen Seite, der Hafen von Dubai. Diese Situation durchblickte der Herrscher von Dubai und reagierte sofort darauf. Er hat den Vorteil für Dubai erkannt und eröffnete 1901 die erste Freihandelszone, mit dem Ziel Dubai als Handelszentrum zu etablieren. Weitere Privilegien die den übersiedlungswilligen Händlern aus Lingah zu gestatten waren, sind kostenloses Land sowie die Garantie der Sicherheit. Um den Creek (der Hafen von Dubai) weiter auszubauen, nahm sich der herrschende Scheik Maktoum bin Rashid Al Maktoum (1958-1990), einen Kredit aus Kuwait (Staat, der sich ebenso am persischen Golf befindet). Mit dem Geld wurde die Erweiterung und Vertiefung des Hafens finanziert, mit dem Ziel, die Positionierung des Hafens als wichtigstes Verkehrsweg für Handelsschiffe. Der weitere Ausbau des Creeks erfolgte ab 1969. In selben Jahr kam es zum ersten mal zur Einnahmen aus dem Export an Erdöl. Die ho-

---

14 Auswärtigesamt (2017), Wirtschaft

hen Einnahmen sorgten für verschiedene Investitionen in der Infrastruktur und Transportwesen. Zudem wurde eine Freihandesszone geschaffen, um den Hafen für Händler attraktiver zu machen. Die Freihandesszone hat den Namen Jebal Ali Free Zone (JAFZ), dazu kam mit dem Eröffnen des Flughafens die „Dubai Airport Free Zone“ (DAFZ). Diesen langfristigen Ausbau des gesamten Hafens, ist für die heutige Positionierung von Dubai als Handelsplatz verantwortlich<sup>15</sup>. Bis zum Jahr 2016 kam viele Freihandelszonen dazu. Aktuell gibt es insgesamt 23 Freihandelszonen und 9 weitere Freihandelszonen sind geplant<sup>16</sup>. Der Hauptziel hinter dem errichten von Freihandelszonen ist die Erleichterung von Investitionen. Dazu wurden sehr primitive Investitionsverfahren für die Freihandelszonen erstellt, um das Ansiedeln von Unternehmen zu fördern. Jede Freihandelszone wurde für einen gesonderten Industriezweig aufgestellt, so kommen alle Unternehmen aus dem selben Industriezweig zusammen und können effektiv die Infrastruktur für ihr Unternehmen nutzen. Zusammengefasst sollen die Freihandelszonen die Entwicklung und Wachstum von Dubai fördern. Die Besonderheit der Freihandesszonen liegt im rechtlichen Teil. Hier werden alle Unternehmen als Offshore-Unternehmen (sind Unternehmen die so behandelt werden, als wären die außerhalb der VAE ansässig) behandelt<sup>17</sup>. Die Vorteile der Freihandelszonen die Unternehmen nutzen sind vielfältig. Z.B. sind die Unternehmen von allen Importzöllen und Körperschaften befreit<sup>18</sup>.

## **Infrastruktur**

Die Wichtigkeit der Infrastruktur für Dubai als Handelsstadt ist recht früh erkannt worden. Schon in der Entwicklungszeit des Creeks (der Hafen von Dubai) von Dubai wurde massiv in die Infrastruktur investiert, um den Handel zu fördern. Als nächstes wurde der Flughafen Dubai International Airport erbaut und 1960 eröffnet. Heute zählt der Flughafen zu den verkehrsreichsten Flughäfen der Welt. Der Flughafen verfügt über drei Terminals und drei Abfertigungsbereiche, die ständig im Ausbau sind, um die besten und schnellsten Serviceleistungen für die Passagiere bieten zu können. Insgesamt wurden im Flughafen im Jahr 2014 rund 70 Millionen Passagiere gefördert. Die Auswirkung der Weltausstellung EXPO 2020, soll sich auch am Flughafen bemerkbar machen. Es wird erwartet, dass der Dubai International Airport im Jahr 2020 über 100 Mil-

---

15 Vgl. Bunt (2004), S. 40-41

16 Vgl. UAE (2017), Freihandelszonen

17 Vgl. Visitdubai (2017), Freihandelszonen a

18 Vgl. Visitdubai (2017), Freihandelszonen b

tionen Passagiere befördern wird<sup>19</sup>. Der Ausbau der Infrastruktur wird von der ersten Fluggesellschaft Emirates 1982 erweitert. Heute zählt die Fluggesellschaft zu einer der größten und schnell wachsenden Fluggesellschaften der Welt. Die Emirates deckt ein Streckennetz von über 150 Reiseziele<sup>20</sup>. Die Fluggesellschaft verfügt über die modernsten und hochentwickeltesten Flugzeugen, insgesamt 251. Diese verbrauchen im Durchschnitt weniger an Treibstoff und der Ausstoß vom umweltschädlichen Kohlenstoffdioxid ist minimiert worden<sup>21</sup>. Zu der Infrastruktur zählt seit einigen Jahren die Metro von Dubai, ein voll automatisiertes und fahrerloses Schienensystem. Die Metro besteht aus zwei Linien, einmal die Red Line und einmal die Green Line. Weiterer gibt es die Dubai Tram, welche verschiedene zentrale Punkte (z.B. Dubai Marina Mall, Marina Tower und Media City) im Zentrum von Dubai verbindet. Die Straßenbahn fährt im 6-Minuten-Takt und soll einen reibungslosen Wechsel zwischen der Dubai Metro und Dubai Tram sicherstellen<sup>22</sup>. Allein im Straßenverkehr und in Brücken hat die VAE über 58 Milliarden US-Dollar investiert. Der Ausbau in Projekte wie die Dubai Metro und die Dubai Tram ist in erster Linie zur Auslastung des Straßenverkehrs gedacht<sup>23</sup>. In Dubai kommt es immer vermehrt zu Staus, welche die Menschen in ein bis zwei Wartestunden aussetzt. Die meist betroffene Straße, ist die Sheikh Zayed Road (eine der wichtigsten und bedeutendsten Straßen in Dubai). Dies ist für viele Menschen sehr frustrierend. Auch für die Umwelt ist es nicht von Vorteil, da aufgrund der warmen Temperaturen in Dubai, die Fahrer gezwungen sind, ihre Klimaanlage im Fahrzeuge ununterbrochen laufen lassen<sup>24</sup>. Insgesamt ist die Infrastruktur auf einen weltweiten Standard. Durch den Fortschritt in der Infrastruktur, gilt Dubai als bedeutende Handels- und Finanzdrehscheibe in der Region. Zudem stellt der Zentralstandort von Dubai zwischen drei Kontinent (Asien, Afrika und Europa) eine große Unterstützung als Knotenpunkt.

## Finanzzentrum

Bereits im 1999 wurden insgesamt 363 Bankinstituten in der VAE gezählt. Allein in Dubai wurden 126 Bankinstituten gefasst. Hier wird die Bedeutung der Emirate Dubai in der VAE als Finanzzentrum deutlich. In 2004 mit der Eröffnung der Freihandelszone

---

19 Vgl. Visitdubai (2017), Airport

20 Vgl. Emirates (2017), Duabi als Desintation

21 Vgl. Emirates (2017), Technologie

22 Vgl. Visitdubai (2017), Metro und Tram

23 Vgl. Visitdubai (2017), Infrastruktur

24 Vgl. Roses, Claudia (2006), Straßenverkehr

Dubai International Financial Centre (DIFC) ist die Wichtigkeit des Finanzsektors gestiegen. Durch die internationale Ausrichtung der Stadt und den Ausbau des Tourismussektors, ist die Attraktivität von Dubai für Unternehmensansiedlungen darzulegen<sup>25</sup>. Im Jahr 2009 stellt der CEO Paul Koster der Dubai Financial Service Authority fest, dass eine große Zahl an Nachfrage aus den östlichen Länder, speziell aus Russland, Indien und Japan kommt. Ein Jahr davor (2007/2008), ist die Weltwirtschaftskrise ausgebrochen. Da Dubai stark an der Weltwirtschaft angekoppelt ist, ist sie stark betroffen worden. Aus Angst vor erheblichen Verlusten, haben die Investoren in Dubai mehr als 50 Milliarden US-Dollar aus der VAE rausgenommen. Der Immobilienmarkt erreicht einen Tiefpunkt, viele Baukrähen stehen still. Hier musste die Regierung von Dubai eingreifen, um das Vertrauen der Investoren nicht zu verlieren. Aus Geldnot hat Dubai einen Kredit aus dem Nachbaremirate Abu Dhabi in Anspruch genommen. Um den Kredit an Dubai zu genehmigen, setzte der Sheikh Chalifa bin Zayid Al Nahyan eine Voraussetzung, das Geld soll in die Wirtschaft fließen, aber in keine Megaprojekte. Dubai konnte sich aus der schlechten wirtschaftlichen Situation langsam erholen, doch die Verschuldungspolitik für die Gegenwart und Zukunft eine entscheidende Rolle. Hier ist der Einfluss und die Entscheidungsmacht der Nachbar Emirate deutlich zu spüren. Dubai betreibt eine Verschuldungspolitik in Milliarden Höhe.

Die Freihandelszone ist eine große Unterstützung, um Dubai als Finanzzentrum zu etablieren. Folglich gibt es sehr viele Unternehmen, die in den Nachbarländer Saudi-Arabien oder Katar ihr Hauptgeschäfte machen, aber trotzdem an ihr Hauptsitz in Dubai festhalten, weil in den Nachbarländer die Gesetzesfassungen nach islamischen Recht angebunden sind, was vielen Unternehmen nicht passt<sup>26</sup>.

Ein Weitere Vorteil den sich Dubai ergreifen konnte, sind die arabischen Investoren. Bei der Beobachtung der arabischen Länder ab 2010 (der Anfang des arabischen Frühlings, die Revolution beginnt in Tunesien) sind starke Unruhen und Revolutionen ausgebrochen. Eine große Unsicherheit ist bei den Investoren entstanden. Die Revolution erreichte innerhalb kürzester Zeit viele arabische Länder, darunter Ägypten, Libyen, Jemen, Syrien und der Irak<sup>27</sup>. Für die Investoren ist Dubai ein sicheres und stabiles Finanzstandort. Die arabischen Unternehmer und Investoren haben sich größtenteils in Dubai niedergelassen<sup>28</sup>.

---

25 Vgl. Bunt (2004), Dubai, S.62

26 Vgl. Backfisch, Michael (2009), Banken bauen auf Dubai

27 Vgl. Gentner, Stefanie (2013): Arabischer Frühling

28 Vgl. Handelsblatt (2017), Ein sicherer Hafen, auch für arabische Investoren

## Tourismus

Ein weiterer Wirtschaftszweig der Jahr für Jahr immer mehr an Bedeutung zunimmt, ist der Tourismussektor. Seine Anfänge hat der Tourismus in Dubai Mitte der neunziger Jahre gefunden. Durch die Einnahmen aus den Erdölreserven, hat die Regierung stark im Tourismussektor investiert. Wenn das Jahr 2000 beobachtet wird, wird schnell deutlich, dass in Dubai der Tourismussektor am meisten ausgebaut wurde, verglichen mit den weiteren sechs Emiraten. Laut Angaben des DTCM, befinden sich die meisten Hotels insgesamt 270 von 358 (75,4%) in Dubai. Folglich beherbergen die Hotelanlagen insgesamt 21.772 Gästezimmern von insgesamt 31.698. Die verbliebenen 88 Hotels verteilen sich auf die sechs weiteren Emiraten. Genauere Zahlen für jede Emirate veranschaulicht die folgenden Abbildung<sup>29</sup>.

Auch bei der Beobachtung der Anzahl der Gäste und die Übernachtungen ist Dubai ein Vorreiter. Im Jahr 2000 haben 3.906.545 Gäste die VAE besucht, allein darunter haben 2.835.638 (61,83%) Gäste die Emirate Dubai besucht. Dazu sind 10.313.498 Übernachtungen verzeichnet worden, darunter 7.117.451 (60,38%) in Dubai. Es ist deutlich, dass Dubai im Tourismussektor viel investiert hat und die Gäste mit über 60% zu sich gezogen hat. Grund hinter der starken Anlockung der Gäste, ist das Luxushotel Burj Al Arab. Dieser wurde im Jahr 1999 eröffnet, ein Jahr vor den erfassten Zahlen<sup>30</sup>.

Um den Ziel Dubai als erste Wahl der Touristen zu positionieren, wurde im Tourismussektor Summen in Milliarden hohe investiert. Der Tourismusangebot umfasst eine Vielfalt und Tiefe, die Dubai dazu gebracht hat, den dritten Platz, auf der Liste der meist besuchte Destinationen der Welt zu positionieren. Der Tourismusangebot wird im Kapitel 5.1 näher beleuchtet. Die Besucherzahl steigt kontinuierlich und das Angebot ist immer wieder im Ausbau. Begonnen hat Dubai den Ausbau des Tourismus überwiegend im Luxussegment, der Umschwung im Ausbau von Klassen mittlerer Schicht, ist erst nach der Weltwirtschaftskrise zu beobachten. Die Luxushotellerie ist wie vor in großer Anzahl in Dubai zu sehen, allerdings ist in den letzten Jahren der Bau an Hotels der Klassifizierung 3-4-Sterne stark gestiegen. Genauer wird dieser Punkt in Kapitel 4.1 beleuchtet<sup>31</sup>.

---

29 Vgl. BUNT S.59

30 Vgl. Bunt seite 62

31 Vgl. Focus Online (2012), Am persischen Golf geht die Post ab.

## Bausektor

Die VAE ist das Land mit der größten Bauwirtschaft der gesamten arabischen Halbinsel. Für die Vorstellung, jeder vierte Baukran der Welt steht in Dubai. Doch der Bausektor ist von der Welteiskrise, wie fast alle Wirtschaftssektoren (2007/2008) nicht verschont geblieben. Das Geld für viele Bauprojekte hat gefehlt, folglich standen die Baukräne in Dubai still. Nach einer Finanzspritze vom Nachbaremirate konnte Dubai sich retten und die Wirtschaft nach dem massiven Sturz wieder beleben. Für die Zukunft sind Investitionen in Bau-, Infrastruktur- sowie Industrieprojekte vorgesehen<sup>32</sup>. Das ölreiche Nachbaremirate Abu Dhabi ist mit seine Investitionen viel sorgfältiger und betätigt nicht so viele Projekte zur selben Zeit wie in Dubai. Aktuell ist Abu Dhabi in Bau eines Vorzeigeprojekts, Masdar, eine Kohlestoffdioxid-freie Öko-Stadt. Ab 2010 wurde an die angefangenen Bauprojekte in Dubai der Bau fortgesetzt. Aus der Krise geht Dubai mit einem 4 Milliarden US-Dollar teuren Bauprojekt „Dubai Pearl“ hervor. Für die Baubeträge ist festzustellen, dass in Dubai Bauprojekte die im Bau oder im Plan waren insgesamt eine Summe von über eine Billionen US-Dollar aufweisen. In der Krisenzeit 2008 wurde in Dubai ein Vorhaben an Bauprojekte in der Höhe von 300 Milliarden US-Dollar stillgelegt oder komplett storniert.

Der Hauptziel von allen Investoren in Dubai ist auf kurzfristige Gewinne ausgerichtet. Die massive Preiserhöhungen an Mieten, hat die Renditeerwartungen stark erhöht. Der Bau hat keine nachhaltige Züge. In Dubai wird kostengünstig gebaut, hier ist der Bewusstsein gegenüber der wirtschaftlichen und energieeffizienten Betrieben von Bauten nicht ausgereift. Es wird berechnet, dass die Investitionskosten sich in wenigen Jahren wieder einfließen. Für viele Immobilien ist der Abriss mit einkalkuliert worden, sodass nur die Investoren aus der Gesamtsituation mit Gewinn rauskommen. Entscheidend bei diesen Investitionen ist der Preis der Baukosten, weil diese den meisten Baubetrag ausmachen. Die Kosten der Bauarbeiter selbst, sind in der Regel kostengünstig, da die Bauarbeiter größtenteils aus den naheliegenden Länder wie Indien und Pakistan kommen. Die meisten Bauarbeiter kommen aus armen Verhältnissen und akzeptieren aus finanziellen Gründen die Teils menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

---

32 Vgl. GTAI (2010), Konjunkturbericht Bauindustrie

## Erdöl

In Dubai begann wie bereits erwähnt der Erdöllexport im Jahr 1969. Aufgrund der begrenzten Ölreserven in Dubai fiel der Öllexport in den 90er Jahre auf 230.000 Barrel pro Tag. Der Export verringerte sich in den darauf folgenden Jahren auf 170.000 Barrel pro Tag. In dieser Zeit war die Wirtschaft von Dubai stark vom Erdöllexport abhängig. Im Jahr 2000 hat der Einkommen aus dem Erdöllexport bis zu 10% vom gesamten BIP in Dubai ausgemacht.<sup>33</sup>

Im Jahr 2005 hat der Erdölsektor im BIP von Dubai bis zu 5% ausgemacht. Hier wird die Abhängigkeit vom Erdöllexport unterstrichen.<sup>34</sup>

### 3.3 Issues

Während der Weltwirtschaftskrise 2007/2008 war Dubai auf Kredite von Abu Dhabi angewiesen, um die eigene Wirtschaft zu retten. Das Problem der sich daraus ergeben hat, ist der Einfluss von Abu Dhabi in Dubai. Hier hat z.B. Abu Dhabi Einfluss darauf, wo das ausgeliehene Geld fließen soll. Zudem hat Abu Dhabi bestimmt, dass das Geld nicht in den damaligen Megaprojekten der künstlichen Insel fließen darf. Um aus diesen Schulden raus zukommen, betreibt Dubai ein Verschuldungspolitik. Hier wird versucht, die Schulden so aufzuteilen, dass nicht in großen Summen aus einer Quelle das Geld geliehen wird. Ziel ist die Macht- bez. die Einflussreduzierung der Geldgeber. Ein weiteres erhebliches Problem stellt die Zusammenstellung der Bevölkerung. In der VAE liegt der Ausländeranteil bei 85%. Die Ausländer in Dubai dürfen sich nur aufhalten, wenn sie einen Arbeitsvertrag haben, ansonsten ist der Aufenthalt nicht gestattet. Aus diesem Grund kann die Bevölkerungszahl schnell ins Schwanken geraten. Z.B. haben viele Bauarbeiter ihre Arbeitsstelle verloren während der Weltwirtschaftskrise, weil es zu vielen Baustops kam. Weiterer Punkt ist, dass die Gefahr besteht, die eigene Identität zu verlieren, da die Ausländer in dominierender Zahl vorhanden sind. Trotzdem sehen sich die einheimischen Bewohner als Elitepersonen. Z.B. werden die einheimischen Mitarbeiter mehr bezahlt als die Ausländermitarbeiter, obwohl beide die selbe Arbeit verrichten. Dubai ist auf das Wissen (Know-How) vom Westen angewiesen, deshalb kommen die meisten Mitarbeiter in den gehobenen Positionen überwiegend aus Europa und Amerika. Um sich in diesem Punkt unabhängiger zu machen, werden die Einheimischen bezüglich der Bildung stark gefordert. In Zukunft sollen die-

---

33 Vgl. Bunt (2004) S. 30

34 Vgl. Benner, Maximilian(2011), Wirtschaftliche Entwicklung

se Positionen von Einheimischen übernommen werden. Aufgrund der eben geführten Baustrategie (Kapitel 3.2.5), sind die meisten Gebäuden schlecht gegen die Hitze isoliert. Folglich ist ein hoher Wasser- und Stromverbrauch vorab zusehen. Dubai ist eine Wüsten Stadt und es herrschen immer hohe Temperaturen, daher ist die Nutzung von Klimaanlage unabdingbar. Der Bau, weist überhaupt keine Fäden der Nachhaltigkeit auf und ist nicht auf Dauer gedacht. Dies ist ein Ressourcenverschwendung des Baumaterials. Klare und strikte Bauvorschriften sind seitens der Regierung vorzuschreiben. Zudem sollen Kontrollen Täuschungsversuche verhindern. Allein der technische Fortschritt in Dubai, könnte eine starke Reduzierung des Wasser- und Stromverbrauchs garantieren. Als Lösung für den enorm hohen Verbrauch, hat die Regierung einen Auftrag von vier Atomkraftwerke gegeben. Eine ergänzende Problematik, ist die starke Konzentration in einem Wirtschaftszweig, wie es im Bausektor zu beobachten ist. Diese Strategie kann das Emirate Dubai in erhebliche Schwierigkeiten bringen. Dies beweist der Absturz des Bausektor während der Weltwirtschaftskrise. Eine homogene und marktorientierte Strategie würde eine sichere Basis für Dubai bilden<sup>35</sup>.

#### **4. Luxushotelmanagement**

In der Literatur sind verschieden Definitionen für das Hotelmanagement zu finden. Laut Hentschel wird unter das Hotelmanagement die allgemeine Führung eines Unternehmens, das Hotel verstanden. Die Hauptaufgaben richten sich dem Gestalten, Lenken und das Entwickeln des Hotelunternehmens als zielorientiertes soziales System<sup>36</sup>.

Inhaltlich betrachtet wird unter das Gestalten eines Hotels die Vision verstanden. Hier wird der Rahmen und die ersten Ansätze festgehalten, wie das Hotel als handlungsfähige Einheit in Zukunft aktiv werden soll. Zudem gibt die Lenkung eine Prüfung über die Verhaltensweisen des Hotels. Den letzten Schritt bildet die Entwicklung, welches einen über die ganze Zeit hinweg existierender Prozess bildet. Die Entwicklung ist von vielen Faktoren wie z.B. die Sicherheitslage eines Landes abhängig. Aus diesen Gründen werden die Entwicklungsziele nicht langfristig gesetzt, da diese ständig verbessert und weiterentwickelt werden. Im Focus aller Entscheidungen und Handlungen, steht die Weiterexistenz des Hotels<sup>37</sup>.

---

35 Vgl. Benner, Maximilian (2011), Wirtschaftliche Entwicklung

36 Vgl. Hentschel, Karla (2009), Hotelmanagement S.17

37 Vgl. Hentschel, Karla (2009), Hotelmanagement S.19

#### 4.1 Erschließung neuer Segmente

Auf der ganzen Welt gibt es keinen einheitlichen Klassifizierungssystem für die Hotels. Allerdings hat sich das 5-Sternensystem in vielen Ländern durchgesetzt. In Deutschland werden die Sterne von dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) vergeben<sup>38</sup>. Dieses System stuft die Hotels in einer der fünf verschiedenen Kategorien ein. Je nach Ausstattung und Dienstleistungsangebot wird das Hotel in eine Kategorie eingestuft. Die Sterne werden beginnend von eins bis höchstens fünf vergeben. Das Hotel wird auf die festgelegte Bewertungskategorien überprüft. Allgemein gilt das Prinzip, je mehr Kriterien erfüllt werden, desto mehr Merkmale und Kriterien müssen vorhanden sein<sup>39</sup>. In Dubai bedarf es laut der Regierung einen erweiterten und überarbeiteten Hotelklassifizierungssystem. Der Grund hinter diese Entscheidung, ist das große und vielfältige Angebot an Beherbergungsbetrieben. In 2013 wurde nach Beschluss der Regierung, das Hotelklassifizierungssystem überarbeitet. Das System soll nach der Bearbeitung deutlich zeigen, über welchen Standard und Dienstleistungsangebot die Unterkünfte verfügen. Das neue System fasst einen voluminösen Rahmenwerk, um alle Arten an Unterkünfte kategorisieren und bewerten zu können. Dieses Rahmenwerk besteht aus drei Bereiche, diese sind die Kategorie, Bewertung und Bezeichnung. Die Besonderheit beim neuen System ist die Aufnahme der Urlaubsresidenzen in der Datenbank. Im gesamten Land befinden sich die Hotels auf dem internationalen Niveau der Reiseziele und Organisationen wie z.B Michelin. Die beachtliche Änderung betrifft die Zimmergröße, hier werden genauere Details mit in die Bewertung miteinbezogen. Ein weiteres Kriterium ist die Verfügbarkeit von W-LAN in den verschiedenen Bereiche des Hotels. Zudem wurden 17 Bezeichnungen für die Hotels festgelegt. Diese Bezeichnungen sollen genau ausdrücken über welches Angebot das Hotel verfügt. Die Bezeichnung bezieht sich in erster Linie auf die Einrichtung selbst und die Nähe des Hotels zu den touristischen Attraktionen. Ziel ist es, den Gästen einen schnellen Überblick zu verschaffen, welche Leistung und Besonderheit die Unterkünfte bieten. Den Gästen soll die Möglichkeit geboten werden, trotz hohem Angebot, gezielt für sich die passende und richtige Unterkunft auswählen zu können<sup>40</sup>. Im Jahr 2015 gab es insgesamt 428 Hotels und in Dubai. Die Hotels fassen eine Hotelzimmerkapazität von 64.802 zusammen<sup>41</sup>.

---

38 Vgl. DHOGA (2017), DHOGA Profil

39 Vgl. Hotelsterne (2016), Hotelklassifizierungssystem

40 Vgl. Visitdubai (2017), Hotelklassifizierung

41 Vgl. Calligaro, Daniela (2015), Dubai will Hotkapazitäten für Expo 2020 verdoppeln

Die Regierung von Dubai vor die Touristenzahl von 10 Millionen auf 20 Millionen bis zum Jahr 2020 aufzustocken. Grund dahinter ist die Weltausstellung EXPO 2020, welche in Dubai vom 20. Oktober 2020 beginnen wird und am 10. April 2021 endet. Um die ganze Besucher aufnehmen zu können hat der Herrscher von Dubai den Befehl erteilt die Zahl der Hotelzimmer zu verdoppeln.

Die Messegelände über streckt sich auf einer Größe von 4,38 qkm. Die Kosten der Expo-Gelände werden auf ca. 9 Milliarden US-Dollar eingeschätzt<sup>42</sup>. Laut dem Stand im März 2015 sind 87 Tophotels in Bau. Allein diese Hotels werden die Hotelzimmerkapazität um 27.000 Hotelzimmern erweitern<sup>43</sup>. Um den Ziel, die Verdoppelung der Hotelzimmern zu erreichen, werden Hotels der mittleren Segmente gefördert, da diese nicht in ausreichender Zahl vorhanden sind. Der Bau von Luxushotels ist der überwiegende Trend, laut dem Bestand. Da Dubai den Tourismusmarkt für die Gegenwart und die Zukunft als wichtige Einnahmequelle ausbauen möchte, ist das ausreichende Vorhandensein der unterschiedlichen Hotelsegmente erforderlich. Um die Investoren und die Bauunternehmer an das Eröffnen von 3- und 4-Sterne-Hotels zu locken, wurden verschiedene Anreize geschaffen, wie den Erlass der Gemeindeabgabe von 10% für vier Jahren. Um die Fertigstellung voranzutreiben, wird die Bearbeitungszeit der Baugenehmigung auf zwei Monate herabgesetzt<sup>44</sup>. Dubai wurde als Luxusdestination im Jahr 1999 mit der Eröffnung des Burj Al Arab Jumeirah erstmals weltweit bekannt. Das Burj Al Arab wurde auf einer künstlichen Insel gebaut und hat eine segelförmige Silhouette. Seit dem Bau ist das Hotel ein Wahrzeichen der Stadt und steht für das moderne Dubai. Zudem zeichnet sich das Hotel durch seinen luxuriösen Service aus. Das wird anhand der verschiedenen Auszeichnungen, wie das luxuriösesten Hotel der Welt belegt. Eine der exklusivsten Angebote des Hotel, ist ein Helikopter-Trip. Die private Rezeption auf jeder Etage mit für jeden Gast einen persönlichen Butler<sup>45</sup>. Das überwiegende Segment der Hotellerie ist im Luxusbereich wiederzufinden. Das Angebot an vielfältigen luxuriösen Hotels, Resorts und Hotelapartments haben die Destination Dubai zu eine der exklusivsten Reiseziele der Welt etabliert. Diese Tatsache schließt die anderen Hotelsegmente nicht aus. Weiterer sind Standardunterkünfte zu finden, wie die Hotelapartments mit Self-Service, welche einen preisgünstigeren Urlaub ermöglichen<sup>46</sup>.

---

42 Vgl. Calligaro, Daniela (2015), Dubai will Hotlkapazitäten für Expo 2020 verdoppeln

43 Vgl. Tophotelprojects (2016), Verdoppelung der Hotelkapazitäten

44 Vgl. Visitdubai (2017), Entwicklung der Hotelsegmente

45 Vgl. Jumeirah (2017), Burj Al-Arab

46 Vgl. Visitdubai (2017), Unterbringung in Dubai

Eine der renommierten Hotels in Duabi, ist das Atlatis Hotel und Resorts. Das Hotel wurde an der künstlich geschaffene Insel gebaut. Die Insel hat die Küstenlänge von Dubai um 100 Kilometer verlängert. Für die Aufschüttung wurden insgesamt 94 Millionen Kubikmeter Sand gebraucht. Ein großer Raum im Meer wurde den Wassertieren entnommen. Eine weiteres umweltbelastendes Problem ist, dass aus dem Meeresboden für den Bau der Inseln ebenso Sand entnommen wurde, welches eine Nahrungsgrundlage für die Fische bildet. Auf der künstlichen Palme sind nach der Fertigstellung des Festlandes einige Hotels und Resorts, Privatvillen sowie Einkaufszentren entstanden. Der Focus der künstlichen Palme bildet das Hotel Atlantis Hotel und Resort. Die Architektur des Hotels erinnert an die Geschichten von 1001 Nacht und deckt eine Fläche von 46 Hektar. Das besondere am dem Hotel neben den vielen Restaurants sind die Meeres- und Unterhaltungsattraktionen. Das Highlight des Hotels bildet das Signature-Unterwasser-Suite, die Gäste haben einen direkten Blick in die Unterwasserlandschaft, welche 65.000 Meerestiere beheimatet. (BILD) Insgesamt sind in der Anlage mehr als 23 Restaurants, Bars und Lounges ansässig. Abschließend runden die Einkaufsmöglichkeiten an der Einkaufspromenade The Avenues und im Legends of Atlantis Shop das Angebot des Hotels ab<sup>47</sup>.

Um das mittlere Segment zu beleuchten, wird kurz auf das Palm Beach Hotel Dubai eingegangen. Das Hotel ist sehr zentral gelegen, es ist von Banken, andere Hotels, indisches Markt und viele Einkaufsmöglichkeiten sowie touristische Attraktionen umgeben. Weiterer wird zum Flughafen Dubai International nur 10 Minuten für die Strecke benötigt. Das Palm Beach Hotel Dubai ist ein 3-Sterne Hotel und verfügt über 76 klimatisierte Hotelzimmern, welche hell und geräumig gestaltet sind. Zu den Annehmlichkeiten des Zimmers zählen eine Minibar, WLAN, Fernseher, Telefon, Badezimmer und Reinigungsservice. Das Dienstleistungsangebot begrenzt sich auf ein Parkplatz, in allen öffentlichen Bereichen verfügbarer WLAN-Internetzugang, Flughafenservice und Sicherheitsschließfach. Weitere Bestandteile des Hotels bilden zwei Restaurants mit ein Café und eine Lounge. Zudem wird das Frühstück den Gästen kostenfrei zur Verfügung gestellt<sup>48</sup>.

---

47 Vgl. Atlantis Hotel&Resorts (2017), Fakten über das Hotel

48 Vgl. Palmbeach Hote (2017), Fakten zum Hotel

## 4.2 Nachhaltigkeit

Die Nachhaltigkeit wird unter dem Dreieck der Ökologie, Ökonomie und Soziale betrachtet. Der optimale Zustand ist nur wenn die drei Punkte im Gleichgewicht zueinander stehen. Ziel der Nachhaltigkeit ist es, die Ressourcen der Erde so zu nutzen, dass die zukünftigen Generationen nicht eingeschränkt werden. Aus diesem Grund, sollte die Nachhaltigkeit die Grundlage aller Entscheidungen bilden<sup>49</sup>.

Aufgrund des warmen Klimas ist das Klimatisieren der Gebäuden unabdingbar. Das fördert einen hohen Wasser- und Stromverbrauch. Die Klimaanlage sind die meist benutzte Geräte in allen Gebäuden. Dazu sind enorm große Einkaufszentren auf 20 Grad abgekühlt und das Wasser in allen Swimmingpools ist ebenso auf niedrige Temperaturen abgekühlt. Über die Sommerzeit lassen die Klimaanlage den Energieverbrauch um 40 Prozent steigen. Die World Wide Fund For Nature (WWF) hat im Jahr 2007 die Auflistung der größten Energieverschwender bekanntgegeben. Das Emirat hat einer der ersten Plätze belegt. Um sich aus diesem Position rauszuholen, agierte die Regierung sofort und ordnete neue Vorschriften bezüglich des Baus von neuen Bauwerken ein. Diese Vorschriften sind aus dem amerikanischen Energie- und Umweltstandard abgeleitet worden<sup>50</sup>. Die Zahlen richten sich dem durchschnittlichen Wasserverbrauch pro Kopf und pro Tag, in Litern gemessen. Diese Messung ist für das Jahr 2007 durchgeführt worden. Der überdurchschnittliche Verbrauch ist Dubai mit 500 Litern pro Kopf pro Tag zu zuschreiben. Der durchschnittliche Wasserverbrauch liegt zwischen 260 und 295 Litern pro Kopf pro Tag. Diese Werte belegen, dass der Wasserverbrauch in Dubai um das Doppelte vom durchschnittlichen Verbrauch liegt<sup>51</sup>. Die Gründe des hohen Wasserverbrauchs sind viele, wie z.B. die größte überdachte Skihalle die bei einer Außentemperatur von 50 Grad auf unter Null Grad abgekühlt werden muss. Dazu beansprucht die Bewässerung des Blumenparks eine große Menge an Wasser. Die Liste der Wasser aufwendigen Attraktionen ist in Dubai sehr lang. Im Rahmen dieses Kapitels wird die Nachhaltigkeit speziell nur im Rahmen der Hotellerie behandelt.

Die meisten Hotels verfügen über Grünparks und Golfplätze. Um diese vor dem Austrocknen zu schützen aufgrund der hohen Temperaturen, müssen diese täglich bewässert werden. Die Bewässerung dieser Anlagen beansprucht Unmengen an Wasser. In Dubai ist die Wasserknappheit schon lange ein Problem. Das Wasser gewinnt Dubai durch ein aufwendiges Entsalzungsverfahren aus dem Meereswasser. Das Entsal-

---

49 Vgl. BMZ (2017), Nachhaltige Entwicklung

50 Vgl. Hermann, Rainer (2009), Die Energieverschwender entdecken das Grüne

51 Vgl. Umweltbewusst-heizen (2011), Wasserverbrauch

zungsverfahren hat den Prinzip die Salze aus dem Wasser zu filtern, indem das Gas oder Öl befeuert wird. Was wiederum Ressourcen belastend ist. Um hinter den Wasserverbrauch zu kommen, werden weitere Wasserentsalzungsanlagen gebaut. Die Regierung fasst den Entschluss, den Konsumenten selbst zu zwingen ihren Verbrauch zu reduzieren. Zudem hat die Wasser- und Elektrizitätsbehörde (DEWA) die Wasser- und Stromkosten überarbeiten. In erster Linie sind die Großverbraucher (z.B. Hotels, Parks und Malls). und betroffen. Ziel ist es, dass die Großverbraucher selbst beginnen sollen, nachhaltig zu handeln und ressourcenschonender mit dem Wasser und Strom umzugehen. Der Fokus bleibt dabei, den Strom- und Wasserverbrauch zu senken. Laut der DEWA, werden für fast alle Normal-Bürger keine der Preiserhöhung vorgesehen<sup>52</sup>.

Für die Bemühungen der Hotellerie, gibt das Hotel Keminski in Dubai ein Beispiel. Es ist das erste Hotel, dass sich in die Richtung der Nachhaltigkeit bewegt. Um den eigenen Wasser- und Stromverbrauch zu reduzieren wurden einige Änderungen im Haus vollzogen. Z.B. ist die Installierung eines zentralen Systems zur Messung und Regulierung des Energie- und Wasserverbrauchs für jedes einzelne Hotelzimmer eingeführt worden. Zudem wurden die insgesamt 27.000 Glühbirnen durch standardkonforme Energiesparlampen ersetzt. Dies soll den Energieverbrauch verringern. Generell wurde der Konsum von Abfallsäcke aus Plastik eingestellt. Als Alternative dafür wurde direkt vor dem Hotel ein Recyclingzentrum und dazu ein Bushaltestelle gebaut. Damit das Personal mit dem neuen System vertraut gemacht wird, erhielt das Personal eine einwöchige Einschulung. Hier wird deutlich, dass die Grünwelle in Dubai auch viele Unternehmen erreicht hat und sie dazu bewegt hat eigenständige Punkte selbst zu verändern, im Sinne der Nachhaltigkeit<sup>53</sup>.

### 4.3 Interkulturen

Dubai ist eine internationale Stadt. Sie beherbergt über 200 nationalitäten, laut Kazim (CEO von DTCM). Das führt in Dubai zu einer multikulturellen Gesellschaft. Der Zweig der Multikulturalität ist auch in der Hotellerie wiederzufinden. Dubai beheimatet Hotelnamen aus der ganzen. Da der Wettbewerb in der Hotelbranche sehr hoch ist, haben sich viele weltweit bekannten Namen niedergelassen, um vom Tourismusaufkommen zu profitieren. Die Dubai Holding ist ein Unternehmenssammlung in Dubai, hier hat sich im Jahr 2004 die Jumeirah Hotels & Restorts zugeschlossen. Die Jumeirah Hotel & Re-

---

52 Vgl. Müller, Michael (2008), Wasser- und Stromverbrauch

53 Vgl. Anliker, Nicole (2012), Dubai will grün werden

sorts bietet luxuriösen und innovativen Hotels an und wurde mehrmals ausgezeichnet.<sup>54</sup>

## 5. Tourismus-, Destinations- und Marketingmanagement

Dieses Kapitel behandelt die Managementfunktionen Tourismus, Destination und Marketing. Hier wird erklärt, wie diese Managementfunktionen in der Destination Dubai umgesetzt werden.

Die Destination Dubai wird von der Behörde Department of Tourism and Commerce Marketing (DTCM) seit 1997 als Reisedestination vermarktet. Die Aufgaben der DTCM sind die Planung, Beaufsichtigung, Entwicklung und Vermarktung des Tourismussektors. Der Hauptsitz befindet sich in Dubai und weltweit verteilt gibt es 20 weitere Niederlassungen<sup>55</sup>.

Diese Behörde ist für das Tourismus-, Destinations- und Marketingmanagement zuständig. Hier fließen alle Fäden zusammen und verfolgen ein Ziel, die Destination Dubai auf den touristischen Weltmarkt an erster Stelle zu positionieren. Die DTCM verfügt über eine eigene Homepage. Diese Seite wird täglich auf dem neusten Stand aktualisiert. Der Aufbau der Seite ist klar strukturiert, in der Kopfzeile sind vier Kategorien (Besuch in Dubai, Geschäfte und Investitionen, Veranstaltungsplanung und Department of Tourism) zu finden. Die Seite ist auf 11 verschiedene Sprachen zu öffnen. Die Verlinkung auf die sozialen Medien wie Facebook, Google Plus und Twitter ist möglich. Die Nutzer können schnell und einfach die Inhalte an andere Personen weiter zu versenden. Dazu ist ebenfalls das Dubai Kalender zu finden, hier wird in Übersicht alle Veranstaltungen aufgelistet mit den wichtigsten Informationen. Der weitere Verlauf der Seite besteht aus sehr großen Bildern mit kleinen Überschriften, die einander gereiht sind. Die Bilder sind so gewählt, dass sie das Urlaubsgefühl unterstützen. Zudem sind auf jedem Bild eine kleine Verlinkung, sodass Besucher direkt auf das Angebot weitergeleitet werden können. Am Ende der Webseite ist die Möglichkeit gegeben ein Hotel und Flug nach Dubai zu buchen<sup>56</sup>.

Der CEO Issam Kazim von der Behörde DTCM, fasst den USP für Dubai wie folgt zusammen: „Dubai embodies every aspect of a ‘host city’ bringing together people from

---

54 Vgl. Jumeirah (2017), Fakten zu Jumeirah Group

55 Vgl. Visitdubai (2017), Fakten zu DTCM

56 Vgl. Visitdubai (2017), Fakten zu DTCM

all over the world every single day. As one of the most cosmopolitan and multicultural cities in the world, home to around 200 nationalities, Dubai is a melting pot of minds offering dynamism and opportunity to business and leisure travellers alike.<sup>57</sup>

## Marketingmanagement

Das Marketingmanagement befasst sich mit der Thematik der marktorientierten Unternehmensführung. Dies besteht aus den Bereichen die Marketing-Führungsfunktionen sowie Marketingorganisationen. Die Aufgaben des Marketingmanagements bestehen aus der Marketingplanung, Marketingkontrolle, die Koordination der Funktions- und Unternehmensbereiche, die Entwicklung einer Marketingorganisation und die Vertretung des Marketingbereichs nach innen und außen<sup>58</sup>. Ausschlaggebend für die Wirkung der Marketingmaßnahmen, ist der Marketing-Mix. Hier wird festgelegt, über welche Kanäle und zu welchem Zeitpunkt eine Information oder Botschaft an die Öffentlichkeit geht.<sup>59</sup>

Die genaue Marketingstrategie der DTCM verfolgt, beschreibt CEO Issam Kazim wie folgt:

„Our marketing strategy has always been to demonstrate the diversity of Dubai’s offering, from the cityscape to the desert to the Arabian Gulf. This approach is perfectly demonstrated by our position of encouraging mid-market accommodation in what is often seen globally as a predominantly luxury and five-star city. Dubai’s gastronomy scene is another good example. A few years ago, Dubai was not seen as a player in the global food scene, yet to address this we established the annual Dubai Food Festival to celebrate the rich food heritage and exemplary restaurant scene the city has to offer. Today, Dubai is firmly established as a gastronomic hub, home to some of the world’s best restaurants and dining experiences.<sup>60</sup>“

Ganz allgemein ist zu nennen, dass jede touristische Attraktion über eine eigene Webseite verfügt. Die Medienpräsenz bei allen Attraktionen lässt eine Pflicht ausdrücken. Zudem ist eine starke Präsenz in den sozialen Netzwerken zu bemerken. Ein Beispiel gibt die Plattform Instagram, hier ist eine starke Präsenz der verschiedensten Attraktionen in Dubai verzeichnet. Es wird fast täglich ein oder mehrere Bilder über die Attrakti-

---

57 Vgl. Lavers, Gorgina (2015a), Dubai is becoming know as a city that has to be experienced

58 Vgl. Wirtschaftslexikon24 (2015), Marketingmanagement

59 Vgl. Kirchgeorg, Manfred (2009), Marketingpolitische Instrumente

60 Vgl. Lavers, Gorgina (2015b), Dubai is becoming know as a city that has to be experienced

on und die Destination hochgeladen. Zu beobachten lässt es sich z.B. bei folgenden Adressen: dubaimarinamall, Dubai Opera, visit.dubai und Duabi Calenar.

## 5.1 Angebot

Das Tourismusangebot ist sehr vielfältig und breitgefächert. Dubai ist die Destination, die innerhalb kürzester Zeit einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt hat. Der Bekanntheitsgrad wurde durch den Bau von Superlativen in erster Linie gefördert. Die Tatsache, dass Dubai vor dem Ölfund ein Fischerdorf war, wo Menschen in Lehmhütten gelebt haben, auf keine historische Geschichte zurück Blicke kann. Das heutige Angebotsbild von Dubai besteht aus größtenteils aus ein künstliches Angebot, welches für seine Größe in eine kurze Zeit geschaffen wurde.

In diesem Unterkapitel wird als erstes auf das Klima eingegangen. Darauf folgt ein Überblick, über die Stadtaufteilung von Dubai. Zudem ergänzt ein detaillierter Text, den touristischen Angebot, da dieser sehr umfangreich und an vielen stellen einen Rekord bricht.

Das Klima in Dubai ist durch die Wüste sehr trocken und warm. Über das ganze Jahr verteilt herrschen zweistellige Temperaturen. Die Sonne zeigt sich in den Sommermonaten bis zu 14 Stunden und in den Wintermonaten bis zu acht Stunden am Tag. Im Sommer erreichen die Temperaturen bis zu 55 Grad die Wassertemperaturen bis zu 30 Grad. Zum Baden sind die Temperaturen gar kein Hindernis. Die künstlich gebauten Strände und die natürlichen Strände an der Küste von Dubai unterstützen den Tourismus zu jeder Jahreszeit.<sup>61</sup>

Die Stadtaufteilung erfolgt in Dubai in vier verschiedene Gebiete. Wie in der folgenden Abbildung zu erkennen ist. Das erste Gebiet 1, umfasst alle künstlich gebauten Inseln. Insgesamt wurden vier Inseln ( Inseln Palm Jebel Ali, Palm Deira, The World, The Universe und einschließlich Dubai Waterfront) in verschie der Formen gebaut. The Palm Jumeirah ist die erste Insel die in Form einer Palme erbaut wurde und wurde im November 2008 eröffnet.<sup>62</sup> Die gesamten Inseln verteilen sich auf eine Fläche von 12 nautische Meilen (1 nautischer Meile entspricht 1,85201 Kilometer, bei einer Größe von 12 nautische Meilen ergibt sich eine Größe von 22,22 Kilometern<sup>63</sup>). Dieses Gebiet ist hauptsächlich dem Tourismus und Privatgebrauch ausgerichtet. Das zweite Gebiet um-

---

61 Vgl. Wetter (2017), Klima für Dubai

62 Vgl. Dubainews (2009), Übersicht über die Palmeninsel in Dubai

63 Vgl. Seemiele (2009), Definition von Seemeile

fasst die Küstenfläche und bildet die Innenstadt von Dubai. Auf dieser Fläche existieren viele Großprojekte wie der höchste Turm der Welt. Weitere Megaprojekt sind innerhalb dieses Gebiets. Hier herrscht das Stadtleben, es befasst Kategorien wie Wohneinheiten, Einkaufsmöglichkeiten, Büroflächen und touristische Attraktionen. Das dritte Gebiet 3, beheimatet die Wüste. Hier finden Sportattraktionen wie das Pferde- und Kamelrennen statt. Für die Touristen, die gerne die Wüste und das Wüstenleben kennen lernen möchten, gibt es Campingplätze, auch speziell ausgerichtete Hotels, wie das Al Maha Hotel und Resort. Ein abschnitt dieses Gebietes ist der seltenen Tierwelt zugeschrieben. Das vierte Gebiet 4, umfasst die Fläche aus der das Erdöl herausgeholt wird. Weiterer sind Kläranlagen zu finden, um das Wasser für die Bevölkerung zu schaffen. Auf weitere ländliche Flächen werden Nahrungsmitteln angebaut, überwiegend Palmen. Die folgenden Abbildung, stellt eine Verdeutlichung der Aufteilung dar.

Um auf das touristische Angebote einzugehen, werden im folgenden Text das touristische Angebot vorgeführt. Neben der vielfältigen Unterkunfts Auswahl, die in Kapitel 3.2 vorgestellt wurde, gibt es zahlreiche Attraktionen für Touristen und Einwohner. Das Angebot beschreibt sich meistens in Zahlen und bricht Rekorde. Das aktuelle Highlight ist ein Prestigeprojekt, das Burj Khalifa. Die Gebäude ist mit 828 Meter Höhe die größte der Welt. Diese beheimatet 900 private Wohnungen, Büroflächen und das Armani Luxushotel mit insgesamt 160 Zimmern. In der Etage 146, befindet sich das At.mosphere Restaurant, welches mit dem höchstgelegene Restaurant der Welt betitelt wird. Um die Besonderheit des Burj noch mehr hervorzuheben, wurden über 1.000 Kunstwerke auf allen Etagen verteilt. Die Kunstwerken wurden speziell für das Burj Kalifa von internationalen Künstlern gefertigt.<sup>64</sup> Ein weiteres Angebot ist das Dubai Aquarium und Unterwasser-Zoo. Allein der Wassertank umfasst 10 Millionen Liter Wasser, indem mehr als 33.000 Meerestieren leben. Auch dieses Aquarium zählt zu den größten Wasseraquarien der Welt. Es befinden sich im Dubai Mall (Einkaufszentrum) und ist über drei Etagen verteilt. Hier haben die Gäste viele Möglichkeiten, das Leben der Meerestiere näher kennenzulernen durch umfangreiche Unterhaltungsangebote. Ein Glastunnel bietet einen Spaziergang innerhalb des Aquariums. Zudem können Gäste eine Fahrt mit dem Glasbodenboot unternehmen. Das Tauchen innerhalb des Aquariums ist in Form eines Tauchkäfigs möglich.<sup>65</sup> Ein weiterer Rekordbruch bietet die Dubai Fountain an. Das Wasserspiel befindet sich direkt vor dem Burj Khalifa und besteht aus dem weltgrößten choreographierten Fontänensystem. Das System umfasst insgesamt 83.000 Liter Wasser, die gebraucht werden, um das Wasser bis zu 150 Meter hoch pumpen zu

---

64 Vgl. Visitdubai (2017), Nurj-Khalifa

65 Vgl. Visitdubai (2017), Dubai-Aquaium

können. Die Wasserstrahlen bewegen sich mit dem Musiktakt und bieten einen Wasserspektakel an. Die gesamte Show der Wasserstrahlen wird von Lichtstrahlen begleitet, die bis zu 30 Kilometer weit zu beobachten sind. Das Besichtigen der Dubai Fountain ist in den umliegenden Geländern kostenfrei.<sup>66</sup> Für das abwechslungsreiche und historische Angebot, ist das Heritage and Diving Village ein gutes Beispiel. Das befindet sich am historischen Creek und bietet den Besuchern einen Blick in die Vergangenheit der Stadt. Es sind Dörfer nach originalem Bild nachgebaut worden, die sich durch Töpfern, Goldschmieden, Lehmhäuser und Barasti-Hütten kennzeichnen. Dazu gibt es die Souks (arabisch; Märkte) in denen traditionelles Kunsthandwerk angeboten wird.<sup>67</sup> Zu den Souks zählt das Gold-Souk. Der vorhandene Gold und Juwelen ist überwiegend aus Dubai und Indien sowie ergänzend aus anderen Ländern. Das Gold wird nur in 22- und 18-Karat Gold angefertigt. Damit Betrüger keinen Fuß in den Markt fassen können, wird der Goldmarkt von der Regierung überwacht. Wichtig ist, den Kunden vor unechtes Gold und Juwelen zu bewahren. Das Angebot des Souks umfasst auch Diamanten, Perlenstränge, Platin und Silber.<sup>68</sup>

Zudem gibt es im Stadtteil Deira den Gewürzmarkt. Hier werden verschiedene Gewürze angeboten, die in großen Säcken oder Kisten auf die Verkaufsfläche präsentiert werden. Neben den Gewürzen werden viele Kräuter und Naturheilmitteln verkauft. Der Duft der verschiedenen Aromen ist über den gesamten Gewürzmarkt verteilt und lässt die Gäste in eine definierte Atmosphäre tauchen.<sup>69</sup> Die Jumeirah Meschee ist zu den attraktivsten Sehenswürdigkeiten zuzählen. Die Besonderheit an dieser Moschee ist die Öffnungszeit, die sechs Tagen pro Woche für Nichtmuslime den Eintritt erlaubt. Die Moschee bietet Platz für 1.200 Personen und ist durch ihre Architektur auffallend. Diese wurde nach dem mittelalterlichen Tradition der Fatimiden erbaut, welches nur aus weißem Stein besteht.<sup>70</sup> In Dubai befinden sich 96 Einkaufszentren, wie z.B. die Dubai Mall, Mall of the Emirates, Marcato Mall, Ibn Battuta, Wafi Mall.<sup>71</sup> Der größte Einkaufszentrum der Welt ist die Dubai Mall mit einer Größe von 1,1 Millionen m<sup>2</sup>. Dieses Zentrum beinhaltet viele verschiedene Einkaufs-, Unterhaltungs- und Freizeitmöglichkeiten. Die Mall bietet Platz für insgesamt 1.200 Geschäfte, deren Angebot von einem Buch bis hin zur Designerkleidung reichen. Als Freizeit- und Unterhaltungsmöglichkeiten sind

---

66 Vgl. Visitdubai (2017), Duabi Fountain

67 Vgl. Visitdubai (.2017), Dubai Heritage

68 Vgl. Visitdubai (2017), Dubai Souks

69 Vgl. Visitdubai (2017), The spice souk

70 Vgl. Visitdubai (2017), Jumeirah Moschee

71 Vgl. Visitdubai (2017), Shopping-Festival

das Vergnügungspark, das eben genannte Dubai Aquarium sowie ein Eislaufplatz zu nennen. Das Zentrum bietet Attraktionen für die ganze Familie und für jedes Alter an. Nicht zu vergessen ist, das in Dubai überwiegend warmes Klima herrscht. Zudem ist es sehr schwül und die Menschen können schwer im freien etwas unternehmen, so einigt sich eine Mall gut an. Weiterer ist diese zentral gelegen und grenzt an das Burj Khalifa sowie an die Dubai Fountain. Die Mall ist bereits in Ausweitung und wird um 93.000 m<sup>2</sup> erweitert. Nach der Fertigstellung ist davon auszugehen, dass die Mall jährlich 100 Millionen Besucher begrüßen wird.<sup>72</sup>

Dubai versucht alle Bereiche des touristischen Angebots zu denken und bei allen direkt einen Rekord zu erzielen. Hinzu kommt aktuell für das Jahr 2016 der Gesangsbereich. Die Dubai Opera wurde am 31. August 2016 mit Placido Domingo eröffnet. Domingo ist einer der berühmtesten Opernsänger der Welt und wird als the King of Opera bezeichnet.<sup>73</sup> Die Dubai Opera soll als Zeichen des kulturellen Glanzlichts der Stadt sein und liegt inmitten des Viertels Downtown Dubai. Die Opera ist in Form einer futuristischen Dhau gebaut worden und ist komplett im Kreis verglast, sodass beim Eintreten der Dämmerung die Lichter der Opera die Stadt erhellen lassen. Ziel der Opera ist es, als Austragungsort für Ballett, Theater, klassische Musik und Oper zu dienen und bietet Platz für 2.000 Gäste.<sup>74</sup>

Das erste Themenpark in seiner Form wurde in Dubai Ende des Jahres 2016 eröffnet. Das Dubai Parks und Resorts soll Dubai als Entertainmentort kennzeichnen. Insgesamt beherbergt das Themenpark vier verschiedene Themen (Motiongate, Bollywood Parks, Legoland und Riverland). Hinzukommt das Lapita Luxushotel, der sich direkt im Park befindet und die Möglichkeit der Übernachtung ermöglicht. Das erste Park Motiongate präsentiert berühmte Hollywoodfilme. Für die Ausstattung dieses Parks wurden zehn Blockbuster von anerkannten Filmstudios wie z.B. das DreamWorks Animation in einzigartige Attraktionen verwandelt und den Gästen zur Show gestellt. Weiteres Highlight des Parks ist der Studio Central, hier ist den Besuchern die Möglichkeit gegeben hinter das Bühnenbild echter Filmsets zu blicken. Das nächste Park ist das Bollywood Parks. Hier sind verschiedene Fahrgeschäfte und Theateraufführungen im indischen Stil zu finden. Das Angebot dieses Parks ist reichlich und versetzt die Gäste in übliche Szenen aus indischen Filmen, die von berühmten Bollywood-Prominente, Sänger und Cricket-Stars animiert sind. Das Legoland Dubai sowie das Legoland Water

---

72 Vgl. Visitdubai (2017), Dubai Mall

73 Vgl. Domingo (2017), Domingo

74 Vgl. Visitdubai (2017), Dubai Opera

Park runden das Parkangebot ab. Speziell ist der Zusammenschluss dieser zwei Parks den Familien mit Kindern gewidmet. Die Angebote wie die Fahrgeschäfte und die Achterbahnen im Legoland dienen der Begeisterung der Anwesenden. Aktiv können sich Gäste im Lego Cars beschäftigen, indem Autos gebaut werden können und anschließend ein Rennen mit anderen Gästen stattfinden kann.<sup>75</sup>

Das kritische Angebot in Dubai ist die Ski Dubai. Das ist eine überdachte Skihalle, die sich im Mall of the Emirates befindet. Es ist der erste im Nahen Osten seiner Art und verfügt über eine Schneefläche von 22.500 m<sup>2</sup>. Diese ist unterteilt in fünf Pisten mit verschiedenen Geschwindigkeitsgraden. Der Schneepark mit seiner Größe von 3.000 m<sup>2</sup>, bietet den Gästen drei Themen (Schneehöhlen, Rodelpisten und Tube-Rides) zur Unterhaltung. Das Spektakel krönt sich durch die Beobachtung von Schneepinguine die täglich zu beobachten sind. Dieses Angebot ist insofern kritisch, da es wie in Kapitel 4.2 bereits angedeutet, einen enormen Wasser- und Stromverbrauch in Anspruch nimmt, um diese Skihalle mitten in der Wüste zu betreiben. Zu beachten ist, dass sehr viel gekühlt werden muss, da die Außentemperatur in Dubai durchschnittlich bei 30 Grad liegt.<sup>76</sup>

Aufgrund der warmen Temperaturen in Dubai, wachsen nur Wüstenpflanzen und Palmen. Viele Blumenarten in einer Wüste zu betrachten, die eigentlich ein mildes Klima benötigen, um zu überleben ist bis vor dem Entstehen des Dubai Miracel Garden nicht gegeben. Im Stadtteil Al Barsha liegt das Blumenpark und deckt eine Fläche von 72.000 m<sup>2</sup> ab. Das Dubai Miracel Garden ist der größte Blumengarten der Welt und beherbergt 45 Millionen Blumen. Die Blumen sind immer an Skulpturen und Dekorationen angebracht und ergeben so ein Gesamtbild ab.<sup>77</sup> Neben dem Bild der großen Herzen und Pyramide und weitere Formen wurde aktuell zum 28.11.2016 ein Emirates Flugzeug Airbus A380 in Originalgröße aus recycelten Stahlstruktur nachgebaut. Insgesamt nimmt das Flugzeug 7.460 m<sup>2</sup> Fläche vom Garten. Um das Flugzeug komplett einzudecken, wurden 500.000 lebenden Blumen und Pflanzen benötigt. Die Blumen und Pflanzen stammen aus nachhaltigem Anbau, diese wurden nach dem Transport nach Dubai in den verschiedenen Gärtnereien des Blumengartens für vier Monaten angepflanzt.<sup>78</sup>

---

75 Vgl. Visitdubai (12.01.2017), Dubai Parks and Resorts

76 Vgl. Visitdubai (12.01.2017), Skihalle

77 Vgl. Visitdubai (2017), Miracel Garden

78 Vgl. Wilde&Partner (2016), A380

Damit die Blumen über die ganze Saison über blühen, wurde speziell für den Fall ein Tropfwassersystem entwickelt, welches die optimale Bewässerung für die Blumen und Pflanzen sicherstellt. Genauere Angaben zu den Wasserverbrauch, der benötigt wird um den gesamten Blumengarten zu bewässern ist nicht vorhanden. Allein die Zahl von insgesamt 45 Millionen Blumen lässt ahnen, dass viel Wasser allein für die Bewässerung benötigt wird. Dies dient dem bereits enorm hohen Wasserverbrauch überhaupt nicht.

Es lässt sich zusammenfassen, dass die Regierung von Dubai mit allen Mittel und die damit verbundenen Angeboten versucht, die größte Anzahl an Touristen nach Dubai zu ziehen. Nicht nur mit dem Angebot selbst werden Rekorde gebrochen, sondern mit der Architektur des Angebots ebenso. Ungewöhnliche Projekte wie z.B. die künstlichen Inseln werden bevorzugt, denn es sind Projekte die nur in Dubai zu besichtigen und nirgends anders auf der Welt. Die Objekte müssen für sich alleine sprechen, jedes Angebot hat einen USP. Damit ist die Besonderheit eines Angebots gemeint, die sich meistens in rekordbrechende Zahlen ausdrückt.

## **5.2 Nachfrageverhalten/Bedürfnisanalyse**

Im Jahr 2015 verzeichnete Dubai laut der Dubai Media Incorporated (DMI) einen immer positiven touristischen Wachstum, betrachtet über die vergangenen fünf bis acht Jahren. Dies ist über die staatliche Nachrichtenagentur Albayan in einem Bericht, bekannt gegeben worden.

Um den Wunsch als erstklassige touristische Destination der Welt zu realisieren, finden sehr viele Investitionen in Milliarden Beträge statt. Wenn der Zeitraum von 2007 bis 2014 betrachtet wird, ist ein Anstieg der Touristenanzahl von 91% (Millionen Touristen) verzeichnet worden. Daraus ergibt sich die über die vergangenen Jahren steigende Nachfrageverhalten der Touristen. Der sich daraus resultierende jährlicher Zuwachs, beträgt 9,8 %. Wenn davon auszugehen ist, dass der eben genannte jährlicher Zuwachs über die kommenden Jahren beibehalten bleibt, so ist ein touristischer Anstieg von über 20 Millionen Touristen für das Jahr 2020 zu erwarten. Dies erinnert an die Vision 2020 und dem Ziel, der Erreichung von 20 Millionen Touristen bis zum Jahr 2020, mit der Unterstützung der Weltausstellung Expo 2020. Über die Jahre 2010 bis 2015 wurden die Übernachtungszahlen der Touristen ermittelt. Die Zahlen haben einen jährlichen Zuwachs ergeben. In 2010 wurden 26,6 Millionen Übernachtungen verzeichnet und im Jahr 2015 waren es 48,5 Millionen Übernachtungen. Daraus ergibt sich eine knappe Verdopplung der Übernachtungszahl, innerhalb von fünf Jahren. Es resultiert

ein prozentualer Wachstum von 68%. In den selben Jahren (2010 - 2015), wurde die Hotelauslastung ermittelt. In diesem Punkt ist ebenfalls ein positiver Wachstum zu beobachten. Der Anfangsbetrachtungsjahr ergibt eine Hotelauslastung von 70% und der Endbetrachtungsjahr ergibt eine Hotelauslastung von 90%. Wenn beide miteinander verglichen werden, ergibt sich ein prozentualer Zuwachs von 20% der Hotelauslastung. Generell ist anzumerken, dass der höchste Zuwachs im Jahr 2012 feststellbar ist. Gründe dafür sind überwiegend Megaprojekte und Neueröffnungen von touristischen Attraktionen, die viele Touristen anziehen. Mit einer Hotelauslastung von 95% für das Jahr 2015, zählt Dubai zu der Destination mit der höchsten Hotelauslastung der Welt. Der Umsatz aus der Hotelbranche wurde für die Jahre 2010 bis 2015 aufgezeichnet. Auch hier ist ein Anstieg des Umsatzes über die Jahre zusehen. Im Jahre 2010 wurden 13 Milliarden Dirham (1 VAE Dirham = 0,26 EURO<sup>79</sup>) an Umsatz erwirtschaftet. Der kontinuierlicher Zuwachs erreicht im Jahr 2015 einen Umsatz von 28 Milliarden Dirham (7,28 Milliarden). Dies zeigt einen Wachstum von 84% in den gesamten vergangenen fünf Jahren. Ergänzend dazu lässt sich ein jährlicher Zuwachs von 17% ermitteln. Wenn dieser Faktor beibehalten bleibt für die kommenden Jahren, so ist ein ein Umsatz von 62 Milliarden Dirham im Jahr 2020 zu erwarten. Ein weiterer touristischer Zweig bildet das Wassertourismus. Im Jahr 2011 haben sich für das Wassertourismus rund 350.000 Touristen interessiert. Die Anzahl der Interessenten stieg jährlich und bis zum Jahr 2015 haben sich rund 500.000 Touristen für den Wassertourismus interessiert. Unter Betrachtung des Zeitleichenrahmens von 2009 bis 2014, ist ein Zuwachs von 30% im Wassertourismus zu nennen. Alle untersuchten Faktoren, die das Nachfrageverhalten bemessen können, zeigen einen deutlichen Anstieg der Touristenzahl vor allem in den vergangenen Jahren (2013 - 2015). Die Zukunftsaussichten stehen für die Destination Dubai ebenso positiv und gehen bei jedem untersuchten Faktor von einem positiven Zuwachs aus.

Im weiteren verlauf des Berichts wird hingedeutet, dass Dubai unter den drei meistbesuchten Destinationen der Welt sein wird, bis zum Jahr 2017. Im Jahr 2015 besetzen die Destinationen Bangkok, London und Paris die ersten drei Stellen, auf der Liste der meist begehrtesten Destinationen der Welt. Dubai ist auf dem vierten Platz, bemessen an der Anzahl der internationalen Touristen. Dazu stellt das Institut Reserch Connections in einem Bericht dar, dass der jährliche Wachstum des Tourismussektors jährlich zwischen 9 und 10% liegt. Sie gehen davon aus, dass im Jahr 2017 die Destination Paris von Dubai mit 300.000 Touristen mehr, den dritten Platz einnehmen wird. Für Dubai werden für das Jahr 2017 insgesamt 17, 6 Millionen Touristen eingeschätzt. Bis

---

79 Vgl. Finanzen (2016), Dirham

zum Jahr 2020 ist es Dubai möglich auf den ersten Platz zu kommen. Zu beachten ist, der steigende touristische Angebot und die Weltausstellung Expo 2020, die zwei wesentlichen Faktoren, können es Dubai ermöglichen, die Touristenzahl auf über 21 Millionen zu bringen. Somit würde Dubai, Bangkok mit aktuell 20,8 Millionen Touristen übertreffen. Über die vergangenen fünf Jahren wurde eine Wachstumsrate für Bangkok von 7.2% berechnet. Hingegen für Dubai wie bereits erwähnt, die Wachstumsrate bei 10% liegt. Dubai ist innerhalb der letzten 10 Jahren von Platz 20 auf Platz 3 gekommen.<sup>80</sup>

Zu den Bedürfnissen der Nachfrager bietet das breitgefächerte Angebot eine Basis. Die Touristen möchten in ihrer Reise soviel wie möglich erleben. Ein reiner Sonne-Sand-Strand-Urlaub ist in vielen Ländern der Welt möglich. Nur das Angebot, ist für die Reiseentscheidung ausschlaggebend. Zu ergänzen ist das breitgefächerte Angebot, dass Dubai anbietet. Hier ist es schnell möglich, dass bei einer Familie die Entscheidung auf Dubai fällt, denn für jeden ist ein Angebot zu finden von klein bis groß, wie in Punkt 5.1 das vorhandene Angebot geschildert wurde. Zudem ist das Reisen oder Urlaub im 21. Jahrhundert keine Seltenheit wie in den früheren Jahrhunderten. Das BIP der Länder kann eine Aussage darüber treffen, aus welchen Länder die meisten Touristen reisen. Ein Land mit hohen BIP verzeichnet eine hohe Zahl an Reisenden. Ein Beispiel hierfür ist das Land Luxemburg mit einem BIP pro Kopf von 113.373 US-Dollar. Hingegen das Land Somalia das niedrigstem BIP pro Kopf in der Höhe von 133 US-Dollar belegte. Auch bei der Betrachtung der Bevölkerungsdichten der Länder bleibt der Unterschied enorm hoch. Der durchschnittliche BIP pro Kopf der Welt beträgt 10.692 US-Dollar.

Die Bequemlichkeit ist ein sehr wichtiger Aspekt der Bedürfnisse der Reisenden. Es ist wichtig alles einfach und bequem steuern zu können, vor allem sich dabei nicht viel Mühe geben zu müssen. Z.B. kann man als Reisender in die VAE einen kostenlosen Visum beantragen. Dies ist für die meisten verschiedene Staatsbürger möglich. Für Reisende aus Deutschland ist das möglich, Online ein Visum vor Abreise zu beantragen oder bei der Ankunft am Flughafen in Dubai ist ein Visum direkt nach der Passkontrolle für Maximum 90 Tage kostenlos zu erhalten.<sup>81</sup>

Die Bedürfnisse der Gäste sind sehr unterschiedlich, doch in den Erwartungen sind diese sich ähnlich. Hier z.B. ist der Wahrheitsgehalt über den Standard und den Service eines Hotels sehr wichtig. Wie es aus üblichen Szenen aus dem Tourismus be-

---

80 Vgl. Albayan (2016), local-Maket

81 Vgl. Emirates (2017), Visa-Info

kannt ist, dass ein Hotel in einem bestimmten Standard gebucht wird und die Touristen Vorort einen ganz anderen Zustand des Hotelzimmers vorfinden. Um solche Szenen zu verhindern, wurde das Hotelklassifizierungssystem komplett umgestellt und erweitert. Es müssen mehr Details eingegeben werden wie in Kapitel 4.1 bereits erwähnt. Hier ist den Gästen genau vor Augen aufgeführt, welches Hotelstandard ihnen erwartet wird. Dazu werden immer wiederholt Überraschungskontrollen seitens der Regierung durchgeführt, um das Einhalten der Vorgaben zu überwachen.

In Dubai werden aufgrund der hohen Ausländerzahl verschiedene Sprachen gesprochen, dies wurde im Detail in Kapitel 3. erläutert. Die arabische Sprache ist die offizielle Sprache in der VAE. Darauf folgt die englische Sprache, da dies die Handelssprache bildet. Zudem bildet das große internationale Hotelaufkommen in Dubai eine weitere Unterstützung der Kultur und Sprachen, da in den Hotels viele Sprachen gesprochen werden, seitens des Personals. Wenn man in Dubai unterwegs ist, sollte einem die Sprache und die damit verbundene Verständigung kein Hindernis einlegen. Auf Englisch ist alles zu Verstehen, auch die Einheimen sprechen in großer Zahl Englisch. Zudem ist die Straßenbeschilderung sowohl auf arabisch als auch auf englisch.

Generell für das Land die VAE und speziell für die Emirat Dubai als meist bereiste Emirate sollten sich Reisende an die Vorschriften und die damit verbundene Pflichten einhalten. Diese sind dem Auswärtiges-Amt zu entnehmen. Die VAE ist einer der sichersten Länder im Mittleren Osten, mit einer sehr niedrigen Kriminalitätsrate. Die VAE ist ein islamisches Land. So sind die meisten Gesetze vom islamischen Inhalt geprägt. Was die Bekleidung betrifft, sollen Touristen gegenüber dem einheimischen traditionellen Kleidungen Respekt und Akzeptanz zeigen. Spezielle Vorschriften für Touristenbekleidung ist in Form von Gesetzen erfasst. Generell sollen sich Damen und Herren nicht sehr freizügig Kleiden auch bei hohen Temperaturen, speziell im Fastenmonat Ramadan.

Zudem ist der Konsum von Alkohol generell in der Öffentlichkeit streng verboten. Gäste die doch gerne Alkohol konsumieren möchten, müssen sich daher das richtige Hotel auswählen, da das Alkohol nur in bestimmten lizenzierten Hotels und Bars gestattet ist. In Al Sharga herrscht ein absolutes Alkoholverbot. Der einzige Vorteil für Touristen aus dem Verbot sind, niedrigere Hotelpreise als in Dubai. Das am Flughafen erworbene Visum ist für die sieben Emiraten gültig, daher ist die Bewegung innerhalb der Emiraten problemlos. Für das Straßenverkehr gibt es keine Promillegrenze, wie es in Deutschland bekannt ist am Steuer. Da in der Öffentlichkeit ein Alkoholverbot herrscht, daher ist es in jedem Fall strafbar.

Die Homosexualität und außerehelicher Geschlechtsverkehr sowie der Austausch von Zärtlichkeiten in der Öffentlichkeit streng verboten und wird bei Anzeige strafrechtlich geahndet. Aufgrund des Verbotes des außerehelichen Geschlechtsverkehrs, sind auch Frauen nicht nur Männer der strafrechtlichen Verfolgung ausgesetzt.

Ein sehr wichtige Information für die Touristen ist der Ausnahmezustand während des Fastenmonats Ramadan. Hier ist das Essen und Trinke auch das Rauchen in der Öffentlichkeit verboten und strafbar, für Muslime und Nicht-Muslime. Hier gilt die Respektierung des islamischen Glaubens. Alle Restaurants schließen tagsüber, nur in den Hotels sind diese geöffnet. Zudem werden die Arbeitszeiten von den Behörden gekürzt. Es ist den Reisenden zu Raten innerhalb dieser Zeit lange Kleidung zutragen, sowohl Frauen als auch Männer. Der Fastenmonat Ramadan findet jedes Jahr zu andere Zeit statt. Genau wird es nach dem Mond berechnet bzw. gesehen. Die Muslime wissen wann es ca. stattfinden wird, jedoch genau weiß man es zwei oder drei Tagen vor Beginn. Generell gibt es die Faustregel, dass es sich um 10 Tage nach vorne verschiebt als es im Vorjahr begonnen hat. Z.B. im Jahr 2016 hat der Ramadan am 06.06.2016 begonnen, also geht man für die Rechnungen grob davon aus, dass es im Jahr 2017, wenn 10 Tagen gekürzt werden, am 27. Main 2017 beginnen wird. Dies ist eine Einschätzung, damit sich die Touristen darauf einstellen können. Da diese Zeit für viele eine Einschränkung in ihren Bedürfnissen darstellt. Bei hohen Temperaturen in den Sommermonaten in der Öffentlichkeit kein Wasser trinken zu dürfen, ist ein Beispiel der Einschränkung.

Als Tourist führen die meisten eine Kamera mit sich und machen Bilder oder auch Videos. Doch in Dubai gelten diesbezüglich spezielle Vorschriften und Verboten, die auch von Touristen zu berücksichtigen sind, da ansonsten direkt mit Strafen gedroht wird. Unter dem Verbot des Fotografierens stehen Gebäude wie: militärische Anlagen, Häfen, Flughäfen, Herrscherpaläste, öffentliche Gebäude, Botschaftsgebäude, Industrieanlagen, Erdöl-/ Erdgasanlagen und Brücken. An manchen Orten ist der Verbot durch Warnschilder gekennzeichnet. Beim Verstoß gegen das Verbot, werden direkt Konsequenzen durch die Behörden gezogen. Bei Widerspruch seitens des Tourist, kann das Aufnahmegerät beschlagnahmt werden und schlimmsten Falls droht eine Geld- oder Freiheitsstrafe sowie die Ausweisung aus dem Land.<sup>82</sup>

---

82 Vgl. Auswärtigesamt (2017), Länderprofil

### 5.3 Zielgruppen / Erschließung neuerer Zielgruppen

Der Tourismus in Dubai hat sich durch das Burj Al Arab Hotel im Jahr 1999, dem Luxus-tourismus in erster Linie ausgerichtet. Das Hotel, welches auf einer künstlichen Inseln an der Küste von Dubai im Jahr 1999 eröffnet wurde, positionierte die Destination auf der Weltkarte der Reiseziele, als Luxusdestination. Es folgten viele architektonische Gebäuden und unzählige touristische Attraktionen, wie in Kapitel 5.1 beschrieben. Mit der Zunahme an die Investitionen im Wirtschaftszweig Tourismus, ist mit der Zeit ab dem Jahr 1999 eine touristische Destination aus Dubai geworden von großer Bedeutung. Dubai zählt zu den meist besuchten Destinationen der Welt und belegt aktuell den vierten Platz, gemessen an den Besucherzahl. In einer Präsentation getragen vom CEO Issam Kazim, erläutert er, welche neue Zielgruppen erschlossen worden sind und durch welches Mittel die Zielgruppen erreicht wurden. Um die Aufmerksamkeit generell auf Dubai zu ziehen wurden Maßnahmen durchgeführt wie die Einladung von berühmten Persönlichkeiten nach Dubai. Die Reise dieser Personen wurde dokumentiert und der Welt über die Sozialnetzwerke, teils auch über die eigene TV-Kanäle der Stadt Dubai präsentiert. Ziel ist es viele Menschen auf dieser Welt zu erreichen. Die berühmte Persönlichkeiten sowie Prominente haben einen großen Publikum und durch die Einladung dieser Personen, ist es schnell erreicht, die Lenkung vieler Blicke nach Dubai. Das Resultat ist und bleibt, die Zahl der Touristen nach Dubai zu erhöhen.

Anschließend wurde eine Plattform entwickelt und ein Hashtag (ist ein Schlagwort, die durch eine Markieren über das Rautenzeichen als möglicher Suchbegriff gekennzeichnet wird<sup>83</sup>) mit dem Wortkombination, myDubai ist erstellt worden. Hier können Besucher und Einheimische ihre Erfahrung über diesen Hashtag hochladen und zugleich, kann das Bild mit Freunde oder weiter Personen geteilt werden. Die Idee dahinter ist, dass die Destination Dubai eine Autobiographie aus der Perspektive und Erfahrung der Besucher und Einheimischen Bewohner bekommen. Ziel ist es, dass jede Person die Möglichkeit bekommt, die eigene Erfahrung teilen zu können. Es ist auch parallel ein Weg, in dem die DTCM durchschauen kann, wie die Besucher und Bewohner Dubai als Destination wahrnehmen. Hier kann die DTCM schnell auf Veränderungen zugreifen, weil die Plattform von der DTCM überwacht wird. Zusammengefasst wird eine Geschichte einer Stadt von Millionen von Menschen zusammengetragen und geschrieben. Die Plattform öffnet eine Tür für alle Zielgruppen, die ihre Erfahrung teilen möchten. Der Hashtag wurde auf zwei Plattformen, Instagram und Twitter gestartet. Es wurden folgende Zahlen erfasst: Auf Instagram haben 9,78 Millionen Nutzer ihre Erfahrung

---

83 Vgl. Gründerszene (2013), Hashtag

geteilt. Für Twitter wurden 1,98 Billionen Eindrücke und 632.000 Mitteilungen erwähnt. Diese Zahlen wurden für 20 Monaten nach dem Starten der Plattform erfasst.<sup>84</sup>

Die erste Zielgruppe für die Destination Dubai ist das Luxustourismus und das Werben für das Burj Al Arab, als Sieben-Sterne-Hotel. Die Gäste werden mit hochwertigen und luxuriösen Fahrzeugen gefahren. Der Luxus in der Tourismusindustrie wurde in Dubai neu erfunden. Hier wird den Gästen z.B. auf das Essen 24-Karat-Goldblätter serviert. Das Gold wird speziell hergestellt und hauchdünn auf einer Folie geliefert und wird nach Fertigstellung der Speise auf das Essen draufgelegt, zur Verzierung. Zum Luxusangebot gehört die im selben Niveau ausgebildete Servicekraft. Diese sind einer permanenten Weiterbildung und Seminaren unterlegen, um die hohen und manchmal ungewöhnlichen Gästeansprüche gerecht zu werden. Über die Zeit hat sich das Luxusangebot weiter ausgebreitet, die künstliche Inseln sowie viele weitere Attraktionen kamen hinzu. Doch mit dem Ziel die Tourismusbranche auszubauen, muss nach Vergrößerung des Angebotes, mehrere verschiedene Zielgruppen zu den vorhandenen neu erschlossen werden. Aktuell bildet der Familientourismus neben dem Luxustourismus eine wichtige Zielgruppe. Diese Erweiterung neben dem Luxustourismus soll mehr Touristen nach Dubai locken. Zudem gibt es Zahlreiche zielgerichtete touristische Angebote, die das Aufkommen des Familientourismus fördern sollen. Ein Beispiel dafür ist das Themenpark Dubai Parks and Resorts, dass im Detail in Kapitel 5.1 beschrieben wurde. Wichtig ist zu erkennen, dass bei der Zielgruppe Familientourismus, mehrere Personen angesprochen werden, die gemeinsam eine Familie bilden. Anders ist es bei der Zielgruppe Sportler oder Sportbegeisterte. Hier werden einzelne Personen angesprochen, die ein bestimmtes Reisezweck haben. Dies können sie alleine erfüllen, indem sie alleine Reisen. In diesem Fall ist die Zielgruppe sehr spezifisch. Der Unterschied zum Familientourismus ist die Ansprache von vielen Personen. Zum Sporttourismus zählen Sportarten wie z.B. der Golf, Pferderennen, Wassersport und Autorennen.<sup>85</sup> Feste Zielgruppe bilden die Städteurlauber, Shopping-Touristen und Kreuzfahrer<sup>86</sup>.

Ergänzend zu den aufgezählten Zielgruppen sind die Geschäftsreisenden zu erwähnen. Diese Art von Zielgruppen, ist in der Destination aus Geschäftsgründen da. Diese Geschäftsreisenden werden insofern als Zielgruppe angesehen, wenn sie z.B. über das Wochenende ihren Aufenthalt verlängern, um sich etwas zu erholen und neues zu

---

84 Vgl. Kazim, Issam (2015), Dubai Tourism CEO Issam Kazim at Skift Global Forum

85 Vgl. Kazim, Issam (2016), ATM 2016: Issam Kazim CEO - Dubai Corporation for Tourism and Commerce Marketing

86 Vgl. FVW (2017), Dubai für jedermann

erleben. Da Dubai ein starkes Finanzzentrum in der gesamten Region bildet, sind Geschäftsreisende in großer Zahl vorhanden. Um den Tourismus auch aus dieser Seite zu fordern, werden spezielle Angebote an diese Zielgruppe der Geschäftsreisenden erstellt. Besonders viel Wert liegt auf die Incentive-Reisen (sind Reisen, die von ein Unternehmen aus, für die Mitarbeiter gesponsert werden. Ziel dahinter ist es die Motivation der Mitarbeiter im kommenden Geschäftsjahr zu steigern, hohe Kundenzufriedenheit sowie für hohen Umsatz zu sorgen<sup>87</sup>). Hier ist das DTCM stark bemüht die Geschäftsführer durch Angebote zu überzeugen, Dubai als Standort für die Incentive-Reisen zu wählen. Durch jede Zielgruppe vergrößert sich die Zahl der Touristen. Der Vision für das Jahr 2020, eine Anzahl von 20 Millionen Touristen zu erreichen, wird mit allen verfügbaren Mitteln gefördert. Weitere Erschließung von Zielgruppen ist nicht auszuschließen. Durch die Weltveranstaltung EXPO 2020, die im Jahr 2020 stattfinden wird, ist sicher davon auszugehen, dass weitere Zielgruppen zu erschließen sind. Allein die Entscheidung die Hotelbranche im mittleren Segment zu Fördern und die Investoren zu locken 3- bis 4-Sterne-Hotels zu eröffnen, lässt darauf hindeuten, dass auf die Bedürfnisse der Personen mit Standarderwartungen, die nur die Stadt besichtigen wollen, ohne am pompösen Luxusangeboten teilzunehmen dies ermöglicht wird. Die Zielgruppe mit dem Ziel, ihr Geld an touristische Attraktionen ausgeben, um etwas zu erleben und weniger für die Unterkunft zahlen möchte, soll durch den Ausbau dieser Hotelsegmente ermöglichen werden. Weitere interessante Zielgruppe bilden die Schüler und Studenten. Da diese Zielgruppe im jungen Alter ist und dabei sind die Welt zu forschen und zu entdecken. Es erwartet sie ein umfassendes Angebot mit vielversprechenden Erlebnissen. Diese Zielgruppe verfügt meistens über kein festes Einkommen und hat ein begrenztes Budget, der sie darauf hinweist ein Hotel im mittleren Segment oder drunter zu Buchen. Zumal die Zielgruppe über die meiste Zeit unterwegs sein wird und nicht im Hotel, wird am Hotel oder an der Unterkunft selbst keine hohen Forderungen gestellt.

#### **5.4 Luxustourismus**

Dubais USP für die Tourismusbranche, ist der Luxustourismus. Dafür wurde die Destination Dubai bekannt. Das Burj Al Arab Hotel z.B. verfügt über eigene Hubschrauberlandeplätze. Diesen Service können die Gäste über die Rezeption buchen. Um nicht durch die mit Stau befüllten Autos die Zeit zu verlieren, ist das Luxusangebot direkt am Hoteldach verfügbar. Die Stadt ist von Luxushotels beladen, denn sie gelten als Statussymbol und die Destination lässt sich dadurch auch gekennzeichnet. Die Hotels wer-

---

87 Vgl. EP-Events (2011), Incentive-Reisen

den von der Regierung überwiegend gebaut und später an Individualhotels (sind Hotels die meisten inhabergeführt werden) oder an Markenhotellerie (sind Hotels die mindestens 4 Hotels und eine gemeinsame Dachmarkenstrategie verfolgen) vermietet. Hier ist es wichtig für die Regierung, selbst den Auftrag des Baus zu erteilen, denn letztlich ist es sehr wichtig, dass sie das Stadtbild bestimmen. Die meisten Hotels sind in den Wolkenkratzer untergebracht. Eine Skyline ist als Statement der Moderne und Entwicklung unabdingbar. Der Grund für die Ansiedlung von Luxushotels, ist der stark wachsende Tourismusmarkt.

Zum Luxusangebot bietet die größte Mall (Einkaufszentrum) ein VIP-Shoppingerlebnis. Hier ist den Gästen die Möglichkeit geboten, ein Mitglied im „Preferred Customer“-Club zu werden. Die Mitgliedschaft setzt voraus, dass der Mitglied monatlich einen Mindestbetrag von 100.000 ARD (umgerechnet ca. 25.698 EUR) in der Mall ausgibt. Die Vorteile die dem Mitglied zur Verfügung stehen sind: der Zugang zur exklusiven Lounge, ein Parkservice, die Einladung zur besonderen Veranstaltungen und Vorbesichtigungen und letztlich der Transport innerhalb der Mall im Golf-Buggy.

Weiterhin steht den Gästen das Angebot mit der Privatyacht. Die Mietung von Privatyachten gehört zu den beliebtesten Wochenend-Aktivitäten. Die Tour kann von dem Gast individuell gestaltet werden, entlang der Küste von Dubai. Die Crew an Bord ist im Mietpreis inbegriffen. Einer der begehrtesten Sportarten ist das Polo, als Freizeitbeschäftigung. Das Polo-Event gestaltet die Prinzessin Haya Bint Al Hussein, eine von insgesamt drei Frau von Scheik Mohammed bin Rashid Al Maktoum. Die Spiele finden im Desert Palm Resort statt und stellen einen sozialen Höhepunkt der Polosaison, die von Oktober bis April stattfindet. Zudem nehmen bekannte Spieler dieser Sportart an die stattfindende Turniere teil. Eine Bekanntheit die sich beteiligt hatte, ist Prinz Harry aus Großbritannien. Erlebnisse im Wasser bietet das Atlantis The Palm Dolphin Bay. Hier können die Gäste den Tieren sehr nahe kommen und mit den Delphinen spielen und schwimmen. Das ganze geschieht unter der Aufsicht von der beauftragten Delfinschule. Das Angebot umfasst dazu eine Schwimmreise im Wasserpark, da können die Gäste lebende Seelöwen hautnah erleben. Dieses Angebot ist ein Erlebnis für die ganze Familie von klein bis groß. Letztlich ist das Fahrzeugangebot zu erwähnen. Die Fahrzeuge sind in Dubai ein Statussymbol. In Dubai sind Autos in ihrer Seltenheit zu beobachten. Die Marken Lamborghini, Ferraris, Rolls Reus und Bugatti sind Beispiele für die vorhandenen Karosserien. Hier kann ein Auto schnell Millionen von US-Dollar kosten. Das teuerste Fahrzeug allein reicht nicht aus. Hier ist es vorgekommen, vergoldete Fahrzeuge zu sehen oder mit Diamanten überdeckte Fahrzeuge. Nahe dem Burj Ka-

lifa, versammeln sich immer wieder Inhaber von Luxusautos und präsentieren ihre Fahrzeuge. Auf öffentlichen Straßen ist das Autorennen streng verboten. Für das Autorennen gibt es vorgesehene Strecken. Die Touristen dürfen sich natürlich an diesem Luxus ebenso beteiligen, die Autovermieter haben ein großes Angebot an Hochleistungsfahrzeuge. Ein möglicher Anbieter ist der VIP Luxury. Die Polizei selbst fährt in Lamborghinis Streife und zeigt in einem ganz anderem Bild Präsenz<sup>88</sup>. Bilder einfügen

## 5.5 Umweltprobleme

Der Tourismussektor wurde innerhalb kürzester Zeit (ca. innerhalb von 46 Jahren) von Null aus komplett aufgebaut. Durch den schnellen Bau, ist ein Nachhaltigkeitsproblem entstanden. Der Bau von Wolkenkratzer ist sehr energieaufwendig, da diese kaum isolierbar sind und für die Kühlung sehr viel Energie verbrauchen. Ein weiteres für die Stadt Dubai belastendes Umweltproblem, ist der Bau der künstlichen Inseln an der Küste von Dubai. Wie bereits geschildert ist der Lebensraum für viele Unterwassertiere entnommen worden. Erheblich ist das Problem geworden, nach der Erweiterung und dem Bau von insgesamt vieler verschiedene Inseln. Weitere touristische Angebote schöpfen die natürlichen Ressourcen aus. Dazu zählt z.B. die überdachte Skihalle. Solches Angebot gibt es in der Geschichte zum ersten Mal. Trotz der Wasserknappheit in Dubai wird die Wasser- und Energieaufwendige Skihalle betrieben. Für die Zukunft ist eine von der Fläche her, größere überdachte Skihalle geplant. In Dubai leuchten bei Eindämmerung alle Wolkenkratzer und Gebäuden. In der Nacht leuchtet die ganze Stadt, dies führt zum enorm hohen Energieverbrauch.

## 6. Handlungsempfehlungen

Der Ausbau des Tourismussektors als Wirtschaftszweig hat sich durch den Beitrag am BIP vom 30% als wichtig erwiesen. Die bestrebte Unabhängigkeit vom Erdöl ist der Emirate von Dubai gelungen. Allerdings auf eine Art und Weise, die mangelnden Nachhaltigkeitsaspekte aufweist. An der Stelle soll der Punkt der Nachhaltigkeit besser aufgegriffen und umgesetzt werden, sowohl für den Bausektor als auch für den Bau von touristischen Attraktionen. Zu beachten ist, dass der Trend der Nachhaltigkeit immer mehr in den Vordergrund platz nimmt. Wenn es zu Megatrend werden sollte, würde Dubai vor einen erheblichen Problem stehen, denn die Touristenzahl wird zurückge-

---

<sup>88</sup> Vgl. Visitdubai (13.01.2017), [Dubai luxury experiences](#)

---

hen. Lösungen bei vorhandenen Angeboten ist bei Sanierungen nachhaltig gerichtet zu sanieren. Hier z.B. die Gebäuden so zu sanieren, dass diese vor der Hitze isoliert sind. So wird der Verbrauch an Wasser und Strom verringert. Generell für neue Projekte, sollen Regelungen bezüglich der Nachhaltigkeit auch umgesetzt werden.

Weitere Handlungsempfehlungen sind bezüglich des Tourismusangebots gerichtet. Dubai ist und bleibt ein Wüstenstadt, egal inwiefern Megamalls und überdachte Skihal- len gebaut werden. An der Stelle muss man den ländlichen Angeboten gerecht wer- den. Dubai ist zum größten Teil des internationalen Tourismus ausgerichtet. Das Tou- rismusangebot ist sehr umfassend, aber auf die moderne und Kulturalität ausgerichtet. Die Angebote bezogen auf die Naturgegebenheiten sind sehr begrenzt. In der Wüste gibt es mangelnde Angebote. Um die Wüste zu entdecken, gibt es wenige Campingor- te. Hier bedarf es ein Ausbau des Tourismussektors an den natürlichen Gegebenhei- ten.

Die zukünftige Angebote sollen nicht nur dem Image von Dubai passen, indem diese ein Rekord brechen sollen, wie das bevorstehende Bau der größten überdachten Ski- halle der Welt. Hier wird nicht auf die Umwelt, Nachhaltigkeit und die eigene Ressour- cen (Wasser und Strom) geachtet. Solche Megaprojekte sind sehr Kostenaufwendig und umweltbelastend.

Zudem darf Dubai die eigene Kapazitäten an Touristenförderung nicht überschätzen. Auf einer Fläche von knapp 4.000 m<sup>2</sup> in einem Jahr 20 Millionen Touristen aufzuneh- men könnte zum Massentourismus und die Reduzierung der Attraktivität der Destinati- on führen.

Die größte Gefahr für Dubai als touristische Destination bilde die instabile politische Si- tuation in den Umgebungsländer im Mittleren Osten. Die Gefahr besteht darin, wenn die Terroristen in Dubai Fußfassen und für Gefahr sorgen. Aus diesem Grund ist die Sicherheit der wichtigste Faktor, damit der Tourismus weiter betrieben werden kann.

## 7. Fazit

Hinter dem was Dubai in kürzester Zeit aufgebaut hat, steckt sehr viel Arbeit und Investitionen. Dubai hat sich eine Zukunft basierend auf das Halden, Finanzen, Immobilien, Infrastruktur und Tourismus aufgebaut, da sie die Unabhängigkeit vom Erdöl bestrebt hat. Die Diversifikation in der Wirtschaft lässt sich in Zahlen positiv ergeben. Die Wirtschaftszweige der Handel und die Finanzen bilden in erster Linie die Basis in der Wirtschaft. Der Bau- und Tourismussektor ergänzen die Wirtschaft, sind allerdings sensibel gegenüber Außeneinwirkungen. Z.B. hat die Weltwirtschaftskrise den Bausektor in Dubai lahmgelegt und die Preise der Immobilien fielen auf unter 70%. Das zeigt Inwiefern stark Außeneinwirkungen zu schaden in Dubai kommen können und die Gefahr die besteht bei starker Anbindung im Weltmarkt. Dazu ist in den neunziger Jahre der Tourismus aufkommen aufgrund des Golfkrieges stark gesungen. Die Reisende suchen sich in erster Linie eine sichere Destination. Dubai gilt aufgrund der sehr niedrigen Kriminalitätsrate als ein sicheres Land. Allerdings zeigen politische Auseinandersetzungen in den Umliegenden Länder Besorgnisse für Dubai. In Yemen (liegt in der arabischen Halbinsel, sehr nah von der VAE) herrscht seit mehreren Jahren Bürgerkrieg.

Zum schnellen Wachstum der Destination ist zu nennen, das der Wachstum auf kosten der Umwelt vollzogen wurde. Der Bau vom touristischen Attraktionen ist sowohl Umwelt als auch Energie lastend. Die meisten Angebote nehmen viel Wasser und Strom in Anspruch, was eigentlich durch den technologischen Fortschritt in Dubai zu verhindern ist. Im Gesamtbild weist das Angebot eine große Vielfalt, die in einer Reise kaum zu erfassen ist. Die Attraktivität ist sehr hoch, was an die steigende Besucherzahl zu belegen ist.

Die Hotellerie ist dem Luxussegment in den Anfängen gewidmet. Doch mit der Erschließung neuer Zielgruppen wurde auch in dem Bereiche weitere Segmente wie die der 3- und 4-Sterne-Hotels. Problem bei der Hotellerie stellt ebenso der hohe Verbrauch an Wasser und Strom. Zudem betrieben fast alle Hotels die außerhalb der Stadtmitte liegen, natürliche Grünanlagen deren Bewässerung sehr lastend ist. Zudem soll die Regierung sehr genau rechnen, bevor sie den Auftrag der Verdoppelung der Hotelkapazitäten gibt. Dieser Schritt ist kritisch, den für Zukunft könnte es sein, dass so viele Hotelzimmern nicht gebraucht werden.

Abschließend bildet der intensive Verbrauch an Ressourcen viele Umweltprobleme. Die Menschen in Dubai leben sehr verschwenderisch was zu viel Abfall führt. Dazu sind die Menschen in Dubai vom Prestigedenken geprägt, was Defizite in Bewusstsein gegenüber der Umwelt aufweist.

## Literaturverzeichnis

- Bunt**, (2004): Tourismusmetropole Dubai, S.40-41
- Bunt**, (2004): Tourismusmetropole Dubai, S.62
- Bunt**, (2004): Tourismusmetropole Dubai, S.59
- Freyer**, (2015): Tourismus, Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Auflage, S. 328
- Freyer**, (2015): Tourismus, Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Auflage, S. 79
- Hentschel**, Karla (2009): Hotelmanagement, 3. Auflage, S.17, 19

## Quellenverzeichnis

- Auswärtigesamt** (2016): Außenpolitik. [http://www.auswaertiges-amt.de/sid\\_DA506E8C5AF791344DF914A4460E1876/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Aussenpolitik\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/sid_DA506E8C5AF791344DF914A4460E1876/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Aussenpolitik_node.html) (10.11.2016).
- Auswertigesamt** (2016): Wirtschaft. [http://www.auswaertiges-amt.de/sid\\_B00125474922B798B3BDCAC4CB268B8E/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Wirtschaft\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/sid_B00125474922B798B3BDCAC4CB268B8E/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Wirtschaft_node.html) (10.11.2016).
- Auswertigesamt** (2016): Wirtschaft. [http://www.auswaertigesamt.de/sid\\_3B29BA0A57A4CC1F156D5E8716A7E372/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Wirtschaft\\_node.html](http://www.auswaertigesamt.de/sid_3B29BA0A57A4CC1F156D5E8716A7E372/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/VereinigteArabischeEmirate/Wirtschaft_node.html) (18.11.2016).
- Auswertigesamt** (2016): Länderprofil. <https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/VereinigteArabischeEmirateSicherheit.html?nn=332636?nnm=332636> (15.01.2017).
- Atlantis Hotel&Resorts** (2017): Fakten über das Hotel. <https://www.atlantisthepalm.com/de/about/about-atlantis> (08.01.2017).
- Aniker, Nicole** (2012): Dubai will grün werden. <http://www.nzz.ch/dubai-will-gruen-werden-1.15523560> (08.01.2017)
- Albayab** (2016): Local-market. <http://www.albayan.ae/economy/local-market/2015-12-06-1.2522418> (15.01.2017).
- Backfisch, Michael** (2009): Banken bauen auf Dubai. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/banken-versicherungen/neue-finanzmetropolen-banken-bauen-auf-dubai/3292034.html> (20.11.2016).
- Benner, Maximilian** (2011), Wirtschaftliche Entwicklung. [http://www.maximilian-benner.de/110326\\_paper\\_entwicklungsstrategie\\_emirate.pdf](http://www.maximilian-benner.de/110326_paper_entwicklungsstrategie_emirate.pdf) (20.01.2017).
- BMZ** (2017): Nachhaltige Entwicklung. [https://www.bmz.de/de/service/glossar/N/nachhaltige\\_entwicklung.html](https://www.bmz.de/de/service/glossar/N/nachhaltige_entwicklung.html) (09.01.2017).

- Callifaro, Daniela** (2015): Duabi will Hotelkapazitäten für Expo 2020 verdoppeln. <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=dubai-will-hotelkapazitaeten-fuer-expo-2020-verdoppeln,did=1182616.html> (07.01.2017).
- DHOGA** (2017): DHOGA Profil. <https://www.dehoga-bundesverband.de/ueber-uns/> (06.01.2017).
- Dubainews** (2009): Übersicht über die Palmeninsel in Dubai. <http://www.dubainews.de/uebersicht-palmeninsel/> (14.01.2017).
- Domingo** (2017): Domingo. <http://www.placidodomingo.com/> (19.11.2016).
- Emirates** (2017): Dubai. [http://www.emirates.com/de/german/destinations\\_offers/discoverdubai/aboutdubai/dubaihistory.aspx](http://www.emirates.com/de/german/destinations_offers/discoverdubai/aboutdubai/dubaihistory.aspx) (17.11.2016).
- Emirates** (2017): Dubai als Destination. [https://www.emirates.com/de/german/destinations\\_offers/destinations\\_and\\_offers.aspx](https://www.emirates.com/de/german/destinations_offers/destinations_and_offers.aspx) (20.11.2016).
- Emirates** (2017): Technologie. [https://www.emirates.com/de/german/environment/efficiency\\_and\\_technology/flight\\_operations.aspx](https://www.emirates.com/de/german/environment/efficiency_and_technology/flight_operations.aspx) (17.11.2016).
- Emirates** (2017): Emirates (2017): Visa-Info. [https://www.emirates.com/de/german/plan\\_book/essential\\_information/visa\\_passport\\_information/uae\\_visas.aspx](https://www.emirates.com/de/german/plan_book/essential_information/visa_passport_information/uae_visas.aspx) (15.01.2017).
- EP-Events** (2011): Incentive-Reisen. <http://www.ep-events.de/Eventorganisation/Incentive-Reisen> (16.01.2017).
- Focus Online** (2012): Am persischen Golf geht die Post ab. [http://www.focus.de/reisen/arabien/vereinigte-arabische-emirate-boomen-am-persischen-golf-geht-die-post-ab-\\_aid\\_874245.html](http://www.focus.de/reisen/arabien/vereinigte-arabische-emirate-boomen-am-persischen-golf-geht-die-post-ab-_aid_874245.html) (02.01.2017).
- Frietzsche** (2009): Tourismusorganisation. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/tourismusorganisation.html> (11.10.2016).
- Finanzen** (2016): Dirham. [http://www.finanzen.net/waehrungsrechner/dirham\\_euro](http://www.finanzen.net/waehrungsrechner/dirham_euro) (15.01.2017).
- FVW** (2017): Dubai für jedermann. <http://www.fvw.de/dubai-dubai-fuer-jedermann/1/80365/18066/2> (17.01.2017).
- Glosauer, Christian** (2016): Länderinformation. [http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/MKT/2016/12/mkt201612072003\\_159790\\_wirtschaftsdaten-kompakt--vae.pdf?v=1](http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/MKT/2016/12/mkt201612072003_159790_wirtschaftsdaten-kompakt--vae.pdf?v=1) (13.11.2016).
- Gentner, Stefanie** (2013): Arabischer Frühling. <http://www.br.de/nachrichten/arabischer-fruehling-hintergrund100.html> (19.01.2017).
- GTAI** (2010): Konjunkturbericht Bauindustrie. [http://www.vdma.org/documents/105628/672928/Konjunkturbericht\\_Bauindustrie\\_VAE\\_2010-10.pdf/898f251e-39ad-46a4-a6e9-0da0dd48170d](http://www.vdma.org/documents/105628/672928/Konjunkturbericht_Bauindustrie_VAE_2010-10.pdf/898f251e-39ad-46a4-a6e9-0da0dd48170d), S.2,4,14 (03.01.2017):
- Gründerszene** (2013): Hashtag. <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/hashtag> (16.01.2017).

- Hermann, Rainer** (2008): Die Energieverschwender entdecken das Grüne. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/dubai-und-abu-dhabi-die-energieverschwender-entdecken-das-gruene-1696254.html> (09.01.2017).
- Handelsblatt** (2017): Ein sicherer Hafen, vor allem für arabische Investoren. <http://www.handelsblatt.com/finanzen/immobilien/immobilienmarkt-dubai-ein-sicherer-hafen-vor-allem-fuer-arabische-investoren/10867702-3.html> (02.01.2017).
- Hotelsterne** (2016). Hotelklassifizierungssystem. <http://www.hotelsterne.de/systembeschreibung.html?&S=0&L=0> (06.01.2017).
- Jumeirah** (2017): Burj Al-Arab: <https://www.jumeirah.com/de/hotels-resorts/dubai/burj-al-arab/> (08.01.2017).
- Jumeirah** (2017): Fakten zu Jumeirah Group. <https://www.jumeirah.com/en/jumeirah-group/about-jumeirah-group/> (09.01.2017).
- Kirchgeorg, Manfred** (2009): Marketingpolitische Instrumente. Vgl. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketingpolitische-instrumente.html> (13.01.2017).
- Kazim, Issam** (2015): Dubai Tourism CEO Issam Kazim at Skift Global Forum. <https://www.youtube.com/watch?v=J3lQgL87fXo> (16.01.2017).
- Kazim, Issam** (2016): ATM 2016: Issam Kazim CEO - Dubai Corporation for Tourism and Commerce Marketing. <https://www.youtube.com/watch?v=KVuDyvJeEw0> (16.01.2017).
- LEADER AEIDL** (2011): Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region. <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-de/biblio/tourism/metho.pdf> (30.10.2016).
- Lavers, Gorgina** (2015a): Dubai is becoming know as a city that has to be experienced. <http://vision.ae/business/issam-kazim-dubai-is-becoming-known-as-a-city-that-has-to-be-experienced> (12.01.2017).
- Lavers, Gorgina** (2015b): Dubai is becoming know as a city that has to be experienced. <http://vision.ae/business/issam-kazim-dubai-is-becoming-known-as-a-city-that-has-to-be-experienced> (12.01.2017).
- Metric-Conversions** (2017): Barell. <http://www.metric-conversions.org/de/volumen/amerikanische-barrel-ol-in-liter.htm> (18.01.2017).
- Müller, Michael** (2008): Wasser- und Stromverbrauch. <http://www.dubai-report.de/news/241000/dubai-will-strom-und-wasser-verbrauch-verringern/> (08.01.2017).
- Palmbeach Hotel** (2017): Fakten zum Hotel. <http://www.palmbeachhoteldubai.com/> (08.01.2017).
- Roese, Claudia** (2016): Straßenverkehr. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/strassen-von-dubai-maybachs-und-pferde-fahrer-im-stau-fotostrecke-14826-3.html> (20.11.2016).
- Seemeile** (2009): Definition von Seemeile. <http://www.sportschiffahrt.de/seemeile.htm> (15.01.2017)
- Scherhag, Kunt** (2009): Destinationsmanagement. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/destinationsmanagement.html> (20.10.2016)

- Tophotelprojects** (2016): Verdoppelung der Hotelkapazitäten. <https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=dubai-will-hotelkapazitaeten-fuer-expo-2020-verdoppeln,did=1182616.html> (07.01.2017).
- UAE** (2017): Freihandelszonen. <http://www.uae-embassy.ae/Embassies/de/Content/802> (19.11.2016).
- Umweltbewusst-Heizen** (2011): Wasserverbrauch. <http://www.umweltbewusst-heizen.de/Warmwasser/Wasserverbrauch/Wasserverbrauch-pro-Kopf-weltweit.html> (08.01.2017)
- Visitdubai** (2017): Freihandelszonen a. <http://www.visitdubai.com/de/business-and-investment/business-incentives/dubai-free-zones> (19.11.2016).
- Visitdubai** (2017): Freihandelszonen b. <http://www.visitdubai.com/de/business-and-investment/business-incentives/dubai-free-zones> (19.11.2016).
- Visitdubai** (2017): Metro und Tram. <http://www.visitdubai.com/de/travel-planning/getting-around-dubai/metro-and-tram> (19.11.2016).
- Visitdubai** (2017): Airport. <http://www.visitdubai.com/de/articles/things-to-do-in-dubai-airport> (19.11.2016).
- Visitdubai** (2017): Infrastruktur. <http://www.visitdubai.com/de/business-and-investment/business-incentives/infrastructure> (19.11.2016).
- Visitdubai** (2017): Hotelklassifizierung. <http://www.visitdubai.com/de/department-of-tourism/about-dtcm/projects-and-initiatives/hotel-classification> (06.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Entwicklung der Hotelsegmente. <http://www.visitdubai.com/de/department-of-tourism/about-dtcm/projects-and-initiatives/growing-midmarket-hotel-segment> (07.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Unterbringung in Dubai. <http://www.visitdubai.com/de/travel-planning/accommodation> (08.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Fakten zu DCTM. <http://www.visitdubai.com/de/department-of-tourism/about-dtcm/overview> (11.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Burj-Khalifa. <http://www.visitdubai.com/de/pois/burj-khalifa> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai-Aquarium. <http://www.visitdubai.com/de/pois/dubai-aquarium-and-underwater-zoo> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai Fountain. <http://www.visitdubai.com/de/pois/dubai-aquarium-and-underwater-zoo> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai Heritage. <http://www.visitdubai.com/de/pois/heritage-and-diving-villages> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai Souks. <http://www.visitdubai.com/de/pois/the-gold-souk> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): The spice souk. <http://www.visitdubai.com/de/pois/the-spice-souk> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Jumierah Moschee. <http://www.visitdubai.com/de/pois/jumeirah-mosque> (12.01.2017).

- Visitdubai** (2017): Shopping-Festival. <http://www.visitdubai.com/de/discover/festivals/dubai-shopping-festival/shopping-malls-guide> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubail Mall. <http://www.visitdubai.com/de/pois/dubai-mall> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai Opera. <http://www.visitdubai.com/de/pois/dubai-opera> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai Parks and Resorts. <http://www.visitdubai.com/de/pois/dubai-parks-and-resorts> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Skihalle. <http://www.visitdubai.com/de/pois/ski-dubai> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Miracel Garden. <http://www.visitdubai.com/de/pois/miracle-garden> (12.01.2017).
- Visitdubai** (2017): Dubai luxury experiences. <http://www.visitdubai.com/de/articles/dubai-luxury-experiences> (12.01.2017).
- Wübbenhorst** (2009): Marktanalyse. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marktanalyse.html>( 11.10.2016).
- Wirtschaftslexikon** (2015): Marketingmanagement. <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/marketingmanagement/marketingmanageme nt.htm> (13.01.2017).
- Wetter** (2017): Klima für Dubai. <http://www.wetter.de/klima/asien/vereinigte-arabische-emirate/dubai-s411940.html> (14.01.2017).
- Wilde&Partner** (2016): A380. <http://www.wilde.de/de/presse/die-emirates-a380-als-weltweit-gr%C3%B6%C3%9Fte-florale-installation> (14.01.2017).

# Anlagen

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

**Sammuri**

---

Offenach, den 21. Januar 2017      Susanne Sammouri