

Wirtschaft

Tourismus in der Türkei: Wohin geht die Reise?

Die Türkei auf dem Weg zu einer Ganzjahresdestination

von Simone Meier



Die Tourismusbranche stellt neben der Textilindustrie, der Automobilindustrie und der Elektronikbranche eine der wichtigsten Wirtschaftssektoren der Türkei dar. Die Türkei gilt als eine der am schnellsten wachsenden Tourismusmärkte weltweit.

Im Jahre 2010 ist die Zahl ausländischer Touristen um 6% gestiegen. Für das Jahr 2011 wurde zunächst eine Wachstumsrate zwischen 2,2 und 2,5% prognostiziert. Nach den posi-

ven Zahlen aus dem Jahr 2010 geht man nun davon aus, dass diese 2011 übertroffen werden. Ungeachtet der weltweiten Wirtschaftskrise nahm die Zahl der Türkeibesucher auch 2009 zu. Gerade der Pauschalismus, der von vielen für die kriselnde türkische Tourismusbranche Mitte des Jahrzehnts verantwortlich gemacht wurde, hat 2009 die Tourismusbranche beflügelt. Individualreisen gingen aufgrund der allgemeinen

Weltwirtschaftslage zurück, die Zahl der Pauschalisten nahm zu. Ein Trend, der sich so auch 2010 fortgesetzt hat.

Im Vergleich zu anderen Branchen war und ist die Tourismusbranche in der Türkei weniger stark von der Krise betroffen. Während in anderen Branchen die Zahl der Mitarbeiter drastisch reduziert wurde, stieg die Zahl der Beschäftigten in der Tourismusindustrie.

Geschäftsreisende im Fokus internationaler Investoren

Wirft man einen Blick auf die Daten aus 2010, so fällt auf, dass sich touristische Investitionen nicht mehr nur auf die traditionellen Tourismusregionen beschränken. 81% der 2010 geplanten Hotel- und Tourismusprojekte liegen in Städten. Diese Entwicklung ist nicht überraschend, ist die Türkei doch die am stärksten wachsende Volkswirtschaft in Europa und dank rasantem Wachstum der Geschäfts- und Handelsaktivitäten in der Türkei folglich auch im Fokus internationaler Investoren.

Gäste aus den Golfstaaten: Herzlich willkommen

Neben den Urlaubsreisenden aus den westlichen Ländern und den Geschäftsreisenden gewinnen Gäste aus den Golfstaaten zunehmend an Bedeutung. Schaut man sich das Konsumverhalten von Gästen aus dem arabischen Raum an, wird klar, warum diese Klientel sich zunehmender Beliebtheit erfreut. Ist der allgemeine Trend im touristischen Konsumverhalten international betrachtet eher rückläufig, kann man das Gegenteil bei den Gästen aus den Golfstaaten beobachten. „Ein Araber aus den Golfstaaten gibt an einem Tag aus, was Europäer nicht selten für einen ganzen Urlaub ausgeben“, heißt es in der Branche. Hinzu kommt, dass die arabischen Gäste häufig als Großfamilien reisen und üppige Feste, wie beispielsweise Hochzeiten, feiern.

Nicht Sonne und Strand interessiert die Gäste aus dem arabischen Raum, sondern die im Vergleich zu ihren Ländern angenehmen Sommertemperaturen und die ihnen vertraute islamische Kultur. Der Umstand, dass die Türkei gegenüber einigen arabischen Ländern die Visapflicht

abgeschafft hat und der türkische Ministerpräsident Tayyip Erdoğan in der arabischen Welt sich größter Beliebtheit erfreut und geradezu schon Kultstatus genießt, trägt zur Beliebtheit der Türkei als Reiseziel für Gäste aus den arabischen Golfstaaten ebenso bei, wie die Tatsache, dass das bei arabischen Gästen bis dato beliebte Reiseziel Frankreich seit Anfang des Jahres das Tragen der Burka gesetzlich verboten hat.

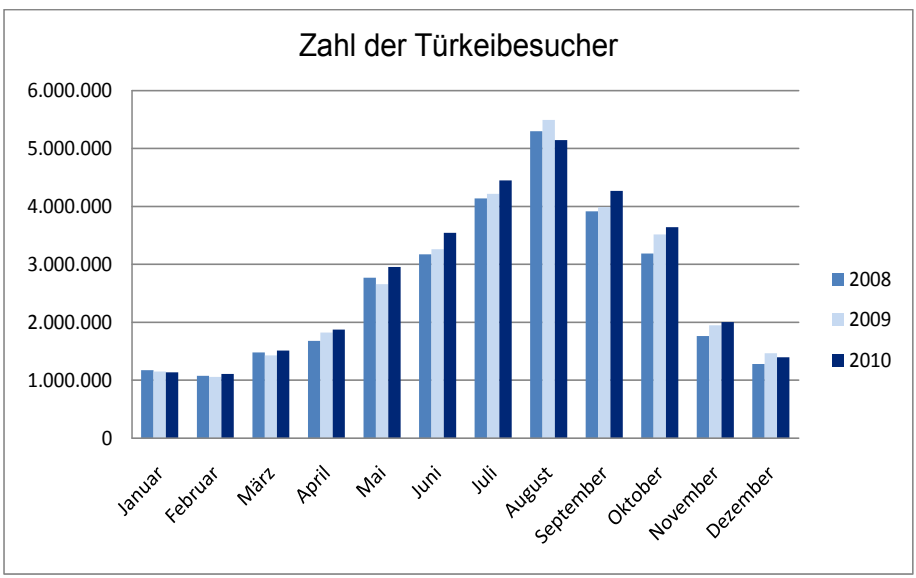
Silver Ager: Der Markt der Zukunft

Die demographische Entwicklung in Europa wird sich in den kommenden Jahren auch auf das touristische Angebot in der Türkei auswirken. Während die Türkei mit einem Durchschnittsalter unter 30 Jahren zu den Youngstern in Europa zählt, altert das übrige Europa – und das rapide. Allein in Deutschland geht man in den nächsten 15 Jahren von einem Anstieg der über 65-Jährigen von über 46% aus. Die demographische Entwicklung und die höhere Lebenserwartung führen zu einem gesteigerten Gesundheitsbewusstsein und einem notwendigen Umdenken in der Tourismusindustrie. Der Konsum und das Angebot an Gesundheitsleistungen werden

zunehmen und damit der Bedarf an Kur- und Rehabilitationseinrichtungen. Gerade das Potential heißer Thermalquellen, von denen es über 1000 alleine in der Türkei gibt, macht diesen in der Türkei noch jungen Gesundheitsmarkt für Investoren interessant.

Golfdestination Türkei: Aktivurlaub mit Handicap

Neben dem Wellness- und Kurtouristen, gilt dem Aktivtouristen zunehmend besondere Aufmerksamkeit. Mit dem Bau von über einem Dutzend neuer Golfplätze will man in dem noch jungen Golfland Türkei auch die Frühlings- und Herbstsaison verstärkt touristisch nutzen. In der Region Belek an der Türkischen Rivera entstand 1995 der erste Golfplatz. Mittlerweile erfreut sich diese Region mit 18 tadellosen und sportlich herausfordernden Anlagen mit faszinierenden Ausblicken auf das Meer und die Ausläufer des Taurusgebirges bei Golfern aus Europa und Asien größter Beliebtheit. Neben dem ganzjährigen sehr milden Klima und dem breiten Angebot an Hotels tragen hierzu auch die kurzen Anfahrtswege und die vielfältigen Greenfee-Pakete bei.





© Amirphoto, istock

Zum Skifahren in die Türkei

Den meisten ausländischen Touristen ist die Türkei nur als Urlaubsland für „Sommer, Sonne, Strand und Meer“ bekannt. Geht es nach dem Präsidenten des Türkischen Skiverbandes (TKF), Dr. Özer Ayık, könnte sich dies jedoch bald ändern.

In der Türkei gibt es über 3000 Gebirgsmassive. 62% des Landes, und somit ca. 505.038 km², liegen im Gebirge. Von der nordanatolischen Gebirgskette (2.587 m - 3.932 m) bis zum Taurusgebirge (3.086 m - 4.136 m).

Zu den beliebtesten und größten Skigebieten der Türkei zählen Erciyes (Provinz Kayseri), Kartalkaya (Provinz Bolu), Sarıkamış (Provinz Kars), Palandöken (Provinz Erzurum)

und Uludağ (Provinz Bursa), wobei Palandöken mit der längsten Abfahrtsstrecke der Türkei und Uludağ zu den wohl bekanntesten Skigebieten in der Türkei zählen.

Die Universiade 2011 in Palandöken

Nach der Sommer-Universiade in Izmir im Jahre 2005 hofft nun Palandöken durch die Austragung der Winter-Universiade in der Zeit vom 27. Januar bis 06. Februar 2011 auf internationale Beachtung und Publicity für den Skitourismus in der Türkei. Mehr als 300 Millionen EUR wurden hierfür investiert. Mit über 3.000 Teilnehmern aus 58 Nationen hat Palandöken einen neuen Teilnahmerecord für die Winter-Universiade aufgestellt.

Ein Markt mit enormem Wachstumspotential

Insgesamt kommen bisher nur zwischen 3 und 4% der gesamten Tourismuseinnahmen der Türkei aus dem Wintertourismus. Das soll sich in Zukunft ändern. Mit den zehn bereits bestehenden und weiteren 31 Skizentren, die 2011 fertig gestellt werden sollen, möchte man nicht nur die einheimischen Skifahrer - von denen alleine 2010 etwa 200.000 zum Skifahren in Frankreich waren - zum Skiurlaub in der Türkei bewegen, sondern auch einen Teil der 32 Millionen europäischen Skitouristen. Wer die Erfolgsgeschichte des wachstumsstärksten Landes in Europa kennt, ahnt, dass dieses ehrgeizige Ziel realistisch gesteckt sein könnte.