

Argumente der Akteure: ein Mitarbeiter der Regierung (pro): „Mir ist der Ernst der Lage bewusst.“

Wenn Entscheidungen für mein Emirat Dubai anstehen, dann bin ich daran beteiligt. Unsere Ideen und Visionen haben dazu geführt, dass Dubai heute in der Welt bekannt und etabliert ist, vor allem als Tourismusziel. Dubais Besucherzahlen nehmen Jahr für Jahr zu, und wir bieten unseren Gästen immer wieder neue Sensationen. Wenn wir immer größere und spektakulärere Projekte umsetzen, dann haben die Touristen immer neue Gründe, nach Dubai zu reisen.

Diese Entwicklung ist für uns sehr wichtig. Denn es ist so, dass unsere Erdöl- und Erdgasreserven zu Ende gehen und wir in ein paar Jahren keine Einnahmen mehr aus diesem Wirtschaftssektor erwarten können. Das ist eine Situation, deren Ernst uns bewusst ist, und auf die wir reagieren mussten.

Hätten wir nicht den Tourismus ausgebaut, dann stünden wir schon heute vor größten wirtschaftlichen Problemen. Dennoch ist der Tourismus für uns nur ein Baustein. Wir setzen ganz allgemein auf den Dienstleistungssektor. Neben dem Tourismus geht es uns zum Beispiel auch um Verkehrs- und Infrastrukturdienstleistungen, um Handel und Bankenwesen, um die Durchführung von Kongressen und Großveranstaltungen.

Argumente der Akteure: ein Experte für Stadtentwicklung aus Dubai (pro): „Wir haben uns enorm entwickelt.“

Ich möchte Ihnen kurz beschreiben, wie sich Dubai in den letzten 20 Jahren verändert hat. 1990 erstreckte sich das Stadtgebiet Dubais, rund 330 Quadratkilometer groß, als rund 40 Kilometer langes Band entlang der Küste. Die Breite dieses Bandes war sehr unterschiedlich und am Dubai Creek am größten. Dort ragte Dubai etwa zwölf Kilometer ins Landesinnere, im restlichen Stadtgebiet nicht mehr als zwei Kilometer.

Gut 20 Jahre später hat sich das Stadtgebiet stark verändert und an Größe zugenommen. Dubai ist nun 60 Kilometer lang, und auch die Ausdehnung ins Innere des Landes hat zugenommen. Deshalb, und weil 2008 die künstlich angelegten Palmeninseln und die Insel „The World“ hinzukamen, nimmt die Stadt Dubai heute rund 1020 Quadratkilometer ein, mehr als dreimal so viel wie 1990.

Aber nicht nur die Fläche, auch das Stadtbild von Dubai hat sich stark verändert. Siedlungsgebiete mit hohem Wohnkomfort haben sich am stärksten vergrößert. Entlang der Küste, aber auch auf den künstlichen Inselwelten im Meer, direkt vor Dubais Küste, entstanden neue luxuriöse Wohngebiete. Im Hinterland der Küste, aber auch rings um die Altstadt entstanden Wohngebiete der mittleren Kategorie.

Unter den Industrie- und Gewerbegebieten hat sich das Gebiet am Containerhafen Jebel Ali am auffälligsten positiv entwickelt. Es ist als Freihandelszone ausgewiesen. Gleich neben dem Dubai International Airport wurde ein neues Industrie- und Gewerbegebiet errichtet, es ist ebenfalls eine Freihandelszone. Im Bau befindlich ist derzeit ein zweiter Flughafen, er wird Dubai World Central heißen. Bei den ansässigen Industriebetrieben änderte sich wenig. Lediglich die Petrochemie und Raffinerien kamen hinzu. Aber die Fördermengen bei Erdöl und Erdgas gehen stark zurück. Unsere wirtschaftliche Zukunft liegt nicht in der Industrie, sondern im Dienstleistungssektor.

Die Anzahl der Luxushotels in Dubai nahm stark zu, es sind derzeit 26. Die Stadt Dubai verfügt heute über insgesamt 20 Hochhäuser, die mehr als 200 Meter hoch sind. Allein fünf Luxushotels gehören dieser Hochhauskategorie an. Die meisten Hochhäuser stehen im neuen Geschäfts- und Einkaufsviertel, das direkt an die Altstadt angrenzt. Ein weiteres Geschäfts- und Einkaufsviertel ist die Maritim City. Sie ist derzeit im Bau und schließt an den Hafen Port Rashid an. Zahl und Größe der bewässerten Grünanlagen und Golfplätze haben in den letzten 20 Jahren stark zugenommen. Im Hinterland entstanden touristische Attraktionen, wie beispielsweise das Dubai-Land oder die City of Arabia.

Angesichts der beschriebenen Veränderungen ist es selbstverständlich, dass auch die Infrastruktur angepasst werden musste, unter anderem die Straßen, die Hochspannungsleitungen und die Wasserversorgung.

Argumente der Akteure: eine Touristin aus Russland, ein Tourist aus Deutschland und eine Familie aus den USA (pro): „Wir kommen wieder.“

Hallo, ich bin 37 Jahre alt, heiße Elisavetha Savrutskays und lebe in Russland. Vor ungefähr fünf Jahren wurde ich auf Dubai als Reiseziel aufmerksam. Seitdem fahre ich mit meinem Mann mindestens einmal im Jahr hierher. Ich gehe hauptsächlich in einer der vielen Shopping-Malls einkaufen. Man kann in Dubai sehr günstig einkaufen! Die Auswahl an luxuriösen Modemarken ist einfach atemberaubend. Meinen Mann interessiert das Einkaufen nicht. Er kommt hauptsächlich wegen der Golfplätze nach Dubai. Außer Einkaufen und Golfspielen machen wir nicht viel. Ein luxuriös ausgestattetes Hotel ist uns sehr wichtig. Da muss man sich in Dubai aber keine Sorgen machen. Dubai verfügt über sehr viele Hotelanlagen, die dem Luxussegment angehören. Wenn es Dubai nicht geben würde, müsste man es erfinden.

Hallo, mein Name ist Johannes Müller. Ich bin 47 Jahre alt. Seit sechs Jahren komme ich regelmäßig mit meiner Lebensgefährtin nach Dubai. In dieser Stadt kann man so viel Unterschiedliches erleben, dass wir unseren zweiwöchigen Jahresurlaub immer hier verbringen. In der ersten Woche schauen wir uns meist einige der vielen neuen Sehenswürdigkeiten an, gehen in die Altstadt oder buchen einen Tagesausflug in die Wüste. Gerade die moderne Architektur in Dubai ist sehr sehenswert.

In der zweiten Urlaubswoche entspannen wir dann am hoteleigenen Strand. Dann steht Badeurlaub mit ausgedehnten Strandspaziergängen im Mittelpunkt. Mehr brauchen wir nicht, um uns zu erholen.

Die Kombination aus dynamischer Entwicklung, Abenteuer und Erholung ist der Grund, warum wir immer wieder nach Dubai reisen werden.

Hallo, wir sind eine fünfköpfige Familie aus den USA. Wir waren schon zweimal in Dubai, um Urlaub zu machen. Wir werden den nächsten Urlaub auf jeden Fall wieder in Dubai verbringen. Wir sind hauptsächlich von den Freizeitparks begeistert. Dabei ist es für uns von Vorteil, dass das Hotelgelände in den Park integriert ist und sich die Kinder frei bewegen können. Zudem ist das Angebot viel größer und eindrucksvoller als in anderen Freizeitparks, die wir kennen. Wenn die Kinder Spaß haben und sie genügend Aktivitäten zur Auswahl haben, dann bedeutet das für uns als Eltern, dass wir uns vom Alltagsstress erholen und entspannen können, ohne dass wir uns um unsere Kinder Sorgen machen müssen. Dubai hat also für alle Familienmitglieder das passende Angebot. Da es uns so gut in Dubai gefällt, werden wir bestimmt im nächsten Jahr wiederkommen.

Argumente der Akteure: ein Wirtschaftsberater der Regierung (pro): „Diversifizierung ist der Erfolgsweg für die Zeit nach dem Öl – und deshalb setzen wir auf Handel und Tourismus.“

Besonders eindrucksvoll kann man die wirtschaftliche Diversifizierung Dubais – weg vom Erdöl, hin zum Dienstleistungssektor – am BIP festmachen. In den 1980er-Jahren trug der Erdölsektor noch etwa 50 Prozent zum BIP bei, in den 1990er-Jahren waren es noch knapp 20 Prozent, heute sind es nur noch 3,2 Prozent. Man sieht an diesen Zahlen, dass der Erdölsektor immer mehr an Bedeutung für die Wirtschaft verliert. Andere Wirtschaftszweige sind entstanden, die mittlerweile wesentlich wichtiger für die Wirtschaft Dubais sind.

So wurden zum Beispiel der Import- und der Exporthandel ausgedehnt, die Infrastruktur ausgebaut und branchenspezifische Freihandelszonen geschaffen. Der Banken- und Finanzsektor entwickelt sich. Ausländer bekamen die Erlaubnis, Grundbesitz in Dubai zu erwerben. Dadurch begann der Immobiliensektor zu boomen. Und schließlich ist die Entwicklung des Tourismus nicht zu vergessen.

Der Non-Oil-Sektor trägt heute 96,8 Prozent zum BIP von Dubai bei. Diese Zahl verdeutlicht, dass sich Dubai weg von einer rein auf Erdöleinnahmen basierenden Wirtschaft entwickelt hat. Im Nachbar-Emirat Abu Dhabi trägt der Erdölsektor noch 55 Prozent zum BIP bei. Doch auch in Abu Dhabi wurde mit Diversifizierungsmaßnahmen begonnen, der Anteil des Ölsektors am BIP nimmt dort stetig ab.

Der Erfolg von Dubai war kein Zufall. Es ist zu einem großen Teil dem Mut und den Visionen des Herrschers von Dubai, Sheikh Mohammed bin Rashid al Maktoum, zu verdanken, dass das Emirat heute wirtschaftlich so etabliert ist. Es gibt stabile politische Verhältnisse, eine moderne Wirtschaftspolitik, eine relativ weltoffene Gesellschaft und sehr günstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Daher ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Dubai zur nächsten „Global City“ (einem Zentrum der Weltwirtschaft von globaler Bedeutung) wird.

Mit dem Bau des Großflughafens Dubai World Central, der den vorhandenen Flughafen Dubai International Airport ergänzen wird, hat Dubai einen weiteren großen Schritt in Richtung Diversifizierung getan. Der neue Flughafen ist eine Voraussetzung dafür, Dubai zum bedeutendsten Handelszentrum des Mittleren Ostens zu machen. Diesem Ziel dienen auch die vier Häfen Dubais mit ihren unterschiedlichen Funktionen und die Freihandelszonen (zum Beispiel Jebel Ali Free Zone).

Doch warum ist gerade der Handel für die Wirtschaft in Dubai so wichtig? Sein Anteil am BIP ist sehr hoch (gegenwärtig rund 37 Prozent). Mehr als die Hälfte der in Dubai ansässigen Betriebe gehören dieser Branche an. Er ist der größte Arbeitgeber in Dubai. Diese Stellung hat historische Wurzeln, denn seit jeher spielt der Handel bei uns eine ganz wesentliche Rolle.

Neben dem Handel möchte ich die Aufmerksamkeit auch auf die Immobilienbranche lenken. Sie ist eine unserer Schlüsselbranchen. Einfache Wohnhäuser waren schon während des Erdölbooms gefragt, als viele Gastarbeiter nach Dubai kamen. Heute locken wir mit luxuriösen Wohnkomplexen ausländische Investoren und wohlhabende Privatpersonen. Sie bringen – dies ist ein positiver Nebeneffekt – ihr Kapital mit nach Dubai.

Der Kern der wirtschaftlichen Diversifizierung in Dubai ist seit den 1990er-Jahren jedoch der Tourismus. Dabei spielt der Staat eine große Rolle, denn er investierte die benötigte Infrastruktur und in die Vermarktung Dubais als Reiseziel.

Die Dienstleistungsbranchen Dubais beeinflussten sich dabei gegenseitig. Die Erdöleinnahmen flossen zunächst in den Banken- und Finanzsektor. Die Banken finanzierten damit Infrastruktur-, Immobilien- und Tourismusprojekte, von denen wiederum die Bauindustrie profitierte. Dann entwickelte sich der Einzelhandel positiv. Die Einnahmen aus den neuen Wirtschaftszweigen stärkten wiederum das Finanzwesen. Heute haben wir eine gut vernetzte, diversifizierte Wirtschaftsstruktur. Sie ermöglicht kontinuierliches Wirtschaftswachstum und macht uns unabhängig vom Erdöl.

Argumente der Akteure: ein Sprecher der Tourismusbehörde von Dubai (pro): „Dubai, eine Tourismusdestination der Superlative“

Aufgrund der Geschichte Dubais und der wenigen historischen Bauwerke hatte das Emirat nie die Möglichkeit, einen Kulturtourismus zu entwickeln. Ganz im Gegensatz zu anderen arabischen Staaten, wie zum Beispiel Jordanien, Ägypten oder Marokko. Will man die Kultur und Tradition der arabischen Welt erleben und in eine Welt wie aus 1001 Nacht eintauchen, dann führt der Weg dorthin. Die historischen Sehenswürdigkeiten sind eindrucksvoll, und das traditionelle Leben lässt sich zum Beispiel auf den traditionellen Marktplätzen (Souks) erkunden.

Da Dubai nicht über Sehenswürdigkeiten wie Jordanien, Ägypten oder Marokko verfügt, mussten wir andere touristische Reize schaffen. Unsere Slogans waren zum Beispiel „Höher, schneller, weiter!“, „Dubai – eine Stadt voller Attraktionen“ und „Nichts ist unmöglich!“. Durch Superlative wie einmalige Erlebniswelten, unverwechselbare Projekte und moderne Attraktionen konnte sich Dubai ein einzigartiges Image schaffen. Besonders die moderne Architektur macht Dubai attraktiv und ist ein Lockmittel für Touristen. Durch spektakuläre Architekturvorhaben wird der einzigartige Charakter von Dubai unterstrichen und gefestigt. Zu den bekanntesten Projekten zählen die sogar aus dem Weltraum sichtbaren Palmeninseln. Doch es gibt noch mehr: Das höchste Gebäude der Welt (Burj Khalifa), ein Unterwasserhotel, die vielen Shopping-Malls, der ab dem Jahr 2020 größte Flughafen der Welt oder die Freizeitparks – all dies sind Attraktionen, die bei den Touristen Interesse wecken und sie für Dubai begeistern.

Aber die Architektur soll nicht nur auf die Stadt aufmerksam machen, sie soll auch funktional sein. Die Touristen sollen sich wohl fühlen, sich einfach orientieren können und alle Einrichtungen schnell erreichen.

Eine zentrale Rolle in unserer Marketingstrategie spielt die Medienarbeit. Wenn wir es schaffen, Journalisten für Dubai zu begeistern, dann wecken deren Berichte das Interesse vieler anderer Menschen, die zum Beispiel eine Reportage sehen oder lesen. Medienvertreter sind Multiplikatoren, die Aufmerksamkeit für Dubai wecken und indirekt Werbung für Dubai als Reiseziel machen. Wir vermitteln den künftigen Besuchern so das Gefühl, dass sie Dubai unbedingt sehen müssen. Dies ist sehr wichtig, denn Bilder von Hotels in Reiseprospekten reichen heutzutage nicht mehr aus, um eine Entscheidung für ein Reiseziel herbeizuführen.

Weitere Kennzeichen von Dubai sind Luxus und Exklusivität. Hauptsächlich in der westlichen Welt stellen wir Dubai als faszinierende, außergewöhnliche Metropole dar. Wir denken, dass wir uns auf diese Weise von der grauen Masse, vom Rest der Welt abheben.

Um viele Touristen nach Dubai zu locken, präsentiert sich die Stadt auch als Einkaufsziel. Es geht dabei nicht mehr nur um reines Luxus-Shopping, es gibt auch viele Shoppingfestivals, die ein breites Publikum ansprechen und Einkaufen auch für den kleineren Geldbeutel möglich machen.

Was unsere touristischen Zielgruppen betrifft, so sollen zukünftig nicht nur Singles oder Paare nach Dubai reisen. Auch für Familien soll Dubai interessant werden. Dass Dubai zu einem der sichersten Reiseziele der Welt zählt, fördert sein familienfreundliches Image.

Unser Ziel ist es, Dubai zu einem der wichtigsten Reiseziele weltweit zu machen. Dennoch sollen sich Touristen, die sich Luxus und Exklusivität wünschen, nicht gestört fühlen. Das ist immer eine Gratwanderung, bei der wir die richtigen Entscheidungen treffen müssen. Wir wollen mehr Touristen nach Dubai locken, aber ohne unsere wachsende Zahl an Stammkunden zu verlieren.