

Das Phänomen Overtourism:

Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche

Jahrestagung Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) 2018

Tourismus und Gesellschaft: Kontakte – Konflikte – Konzepte

Panel: Effekte des Tourismus auf Gesellschaften

8.-11. November 2018, FH Westküste, Heide

Andreas Kagermeier & Eva Erdmenger

Agenda

- 1 Phänomen Overtourismus: Medialer Diskurs und Diskussion über Tragfähigkeit (-sgrenzen)
- 2 Das Fallbeispiel München
- 3 Die Sicht der Bewohner & Besucher
- 4 Die Sicht der Tourismusakteure
- 5 Diskussion

Medialer Diskurs



Spiegel Online 2011



AMSTERDAM (Der Spiegel 2018)



arte: Tourist Go Home (2017)



Der Spiegel 33/2018

Medialer Diskurs

DUBROVNIK



VENEDIG

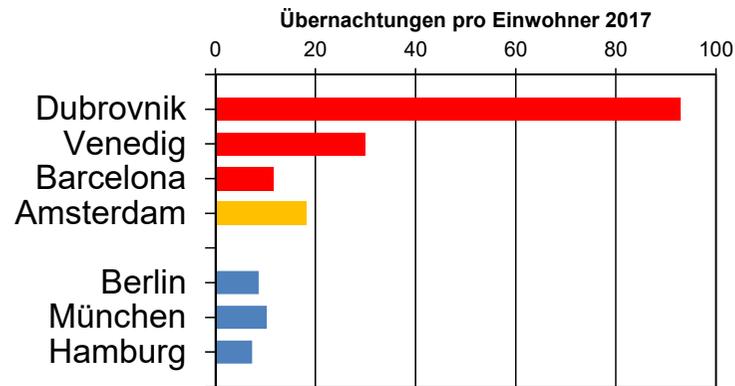


BARCELONA



arte: Tourist Go Home (2017)

Tourismusintensität (Ü./Ew.) 2017



Quelle: Zednik 2018 & Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein 2018

Medialer Diskurs: Berlin



aumstadtion.tumblr.com 2016



Stors 2012



WUCHOLD 2014



Spiegel Online 2011

Overtourismus

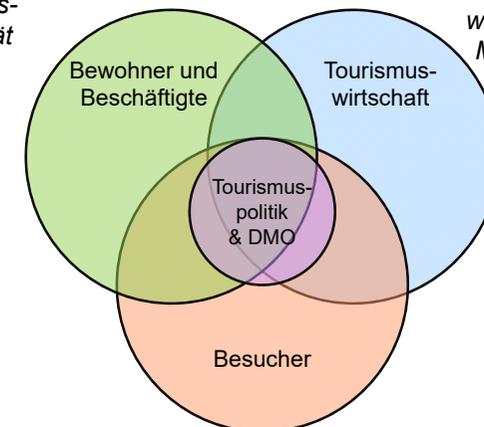
- Physische Tragfähigkeitsgrenze (zu viel)
- Direkte negative Effekte der Touristen (überlastete Infrastruktur, Lärm, Störung, Irritation)
- Indirekte Effekte (Strukturwandel durch Tourismus, Nutzungskonkurrenz)

Nach: Koens & Postma (2017, S. 9)

Involvierte Stakeholder

Lebens-
qualität

Qualität der
wirtschaftlichen
Möglichkeiten



Erlebnis-
qualität

Quelle: : Eigene Darstellung Koens & Postma 2017, S. 30

Vulnerabilität / Resilienz

Vulnerabilität gekennzeichnet durch

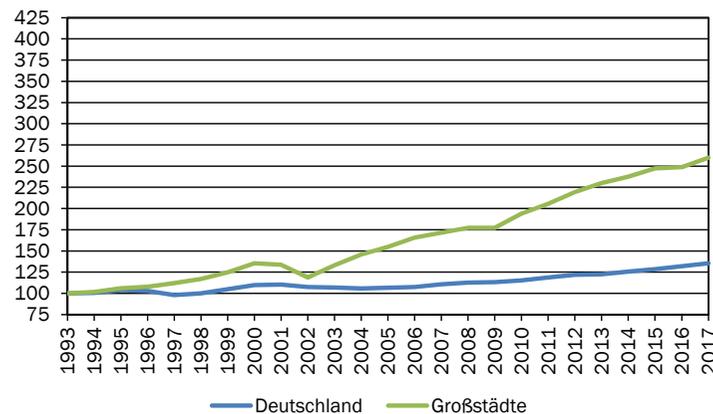
- Exposition
- Empfindlichkeit (*Toleranz*) und
- Resilienz
 - Capacity to response (*Ereignis-Reaktion*)
 - Capacity to cope (*Bewältigung-Reaktion*)
 - Capacity to adapt/learn (*Anpassung & Adaption*)

Warum München?

- Mehr Betten als Manhattan
- Vergleichbare Tourismusintensität wie Berlin (und Barcelona)
- 6 Mio. Oktoberfestbesucher (15 Tage)

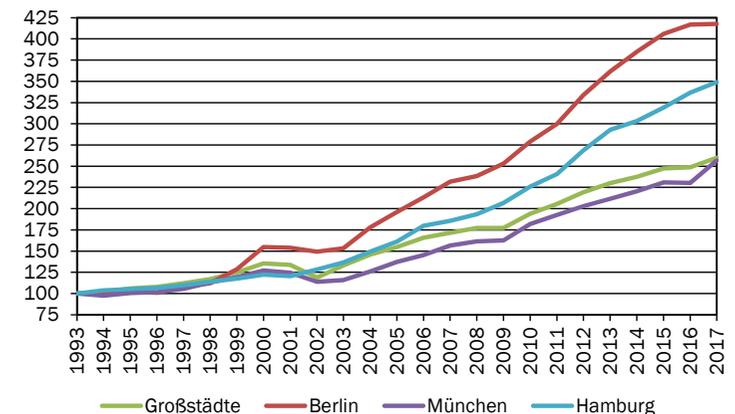
... aber kein Problem mit Overtourismus?!

Entwicklung Übernachtungen 1993-2017



Quelle: Statistisches Bundesamt 2018

Entwicklung Übernachtungen 1993-2017



Quelle: Statistisches Bundesamt 2018, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2018), Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2004 & 2018), Tourismus München (2018)

Touristenattraktionen im Umfeld



A. Kagermeier & W. Gronau

6th Conference Mobility in a Globalised World, Vienna

Photos: www.muenchen.de

26 & 27 Sep. 2016, Slide 17

Diskontinuierliche Touristenattraktionen



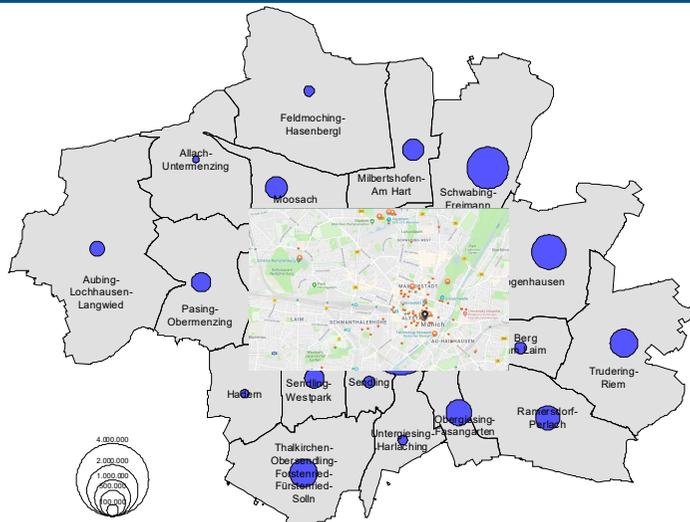
A. Kagermeier & W. Gronau

6th Conference Mobility in a Globalised World, Vienna

Photos: www.muenchen.de

26 & 27 Sep. 2016, Slide 18

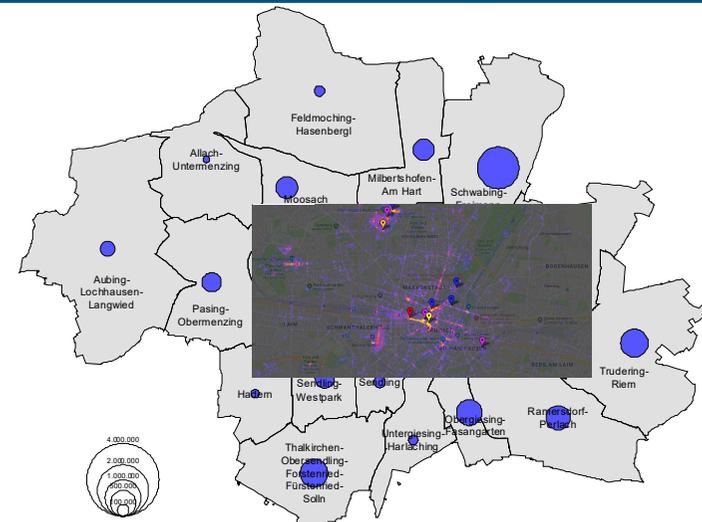
Übernachtungen 2017 (nach Stadtbezirken)



Kagermeier & Erdmenger: Overtourismus

Quelle: Eigene Darstellung nach Daten aus Zednik 2018 & sightmap.com
DGT 2018 – FH Westküste Heide 9. November 2018, Slide 19

Übernachtungen 2017 (nach Stadtbezirken)



Kagermeier & Erdmenger: Overtourismus

Quelle: Eigene Darstellung nach Daten aus Zednik 2018 & sightmap.com
DGT 2018 – FH Westküste Heide 9. November 2018, Slide 20

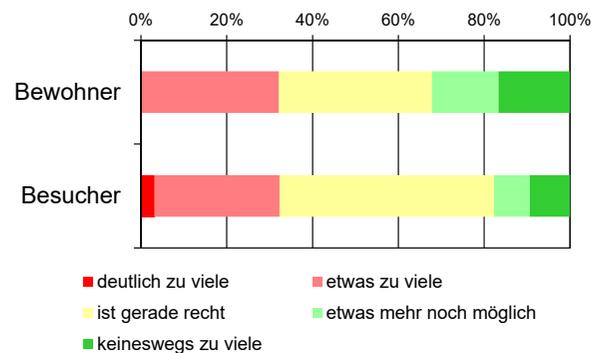
Charakteristika Fallbeispiel München

- Bereits seit langem etablierte städtetouristische Destination
- Relativ kontinuierliches, aber nicht zu schnelles Wachstum
- Klare Konzentration der Touristen im Zentralbereich
- Dieser aber auch ausgedehnter als in vielen anderen historischen Stadtzentren

Erhebungsdesign Besucher und Bewohnerbefragung

- Face-to-Face Befragung
- im Innenstadtbereich von München
- Besucher und Bewohner
- durch Trierer Master-Studierende
- 17. bis 21. Juli 2018
- N = 180 (84 Bewohner, 96 Besucher)

Einschätzung Zahl der Touristen in der Stadt



Quelle: eigene Erhebungen 2018; N = 180

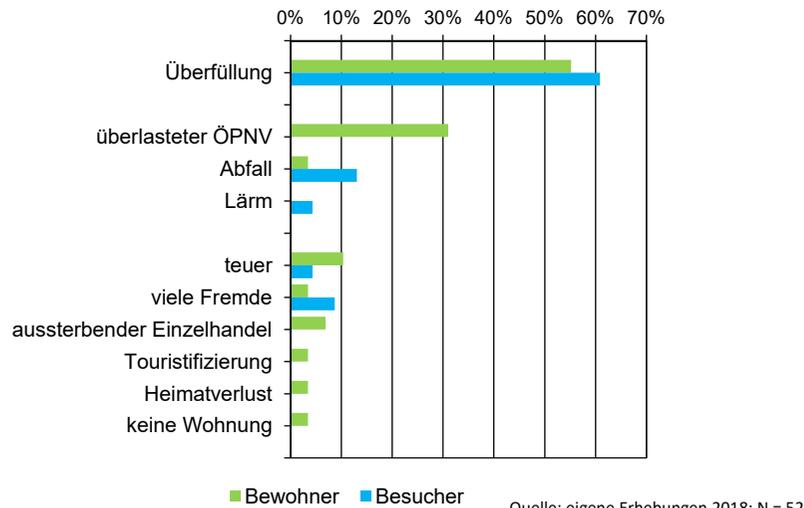
Gibt es Probleme in München, die durch Tourismus verursacht werden?



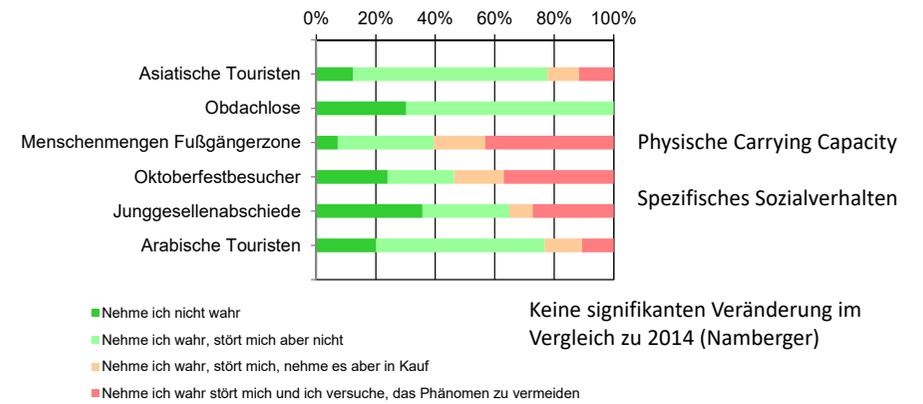
Leicht steigende Tendenz im Vergleich zu Namberger 2014: 27,5 %

Quelle: eigene Erhebungen 2018; N = 175

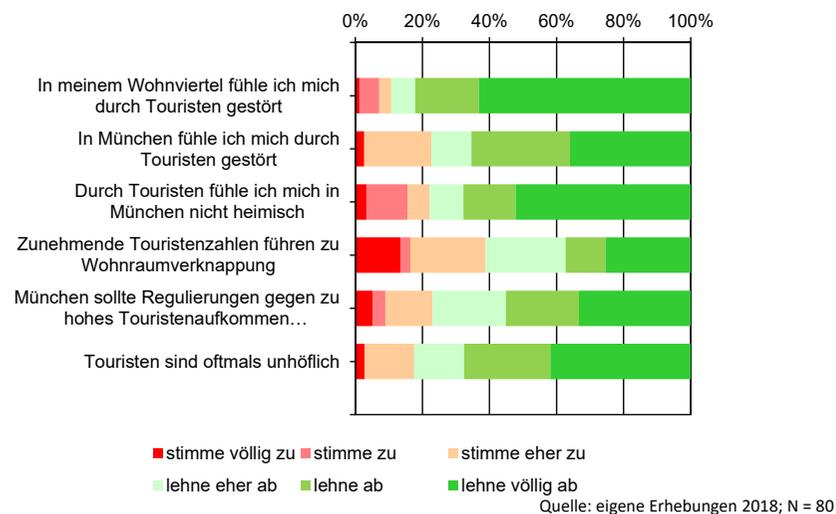
Probleme, die durch Tourismus verursacht werden



Wahrnehmung/Störung/Vermeidung von Phänomenen



Aussagen zu Effekten des Tourismus (Bewohner)



Besucher- und Bewohnerbefragung

- **Physische Tragfähigkeitsgrenze**
 - Fußgängerzone & partiell Oktoberfest
- **Direkte negative Effekte der Touristen**
 - ÖPNV
 - Jungesellenabschiede
- **Indirekte Effekte**
 - Tw. Nutzungskonkurrenz Wohnungsmarkt
- ▶ **Keine deutlichen Verschärfung seit 2014 (vor intensivem medialen Diskurs), aber erste Anzeichen für sich abzeichnende soziale Tragfähigkeitsgrenzen**

Expertengespräche

- **Wirtschaft**
 - IHK
 - Stadtmarketing
- **Politik / DMO**
 - Tourismus München
 - Bündnis 90 / Grüne
- **Wissenschaft**
 - Overtourismus
 - Crowding

Kapazität: Wo wird gerade genug zu viel?

Wirtschaft	Politik / DMO	Wissenschaft
<ul style="list-style-type: none"> • St-Ma: „Schmerz- oder Kippgrenze ist hier noch nicht erreicht“ • St-Ma: „haben wir einen unglaublichen Hotelinvestitionsboom“ • IHK: „Hotels, die wollen weiter gerne viele Touristen haben“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Politik: „Also ich sehe keine Grenze“ • Politik: „manche sagen in die Fußgängerzone können wir nicht mehr gehen, ... aber das sind ... nicht nur Touristen“ • DMO: „Wir haben in München noch keinen Overtourismus-Effekt oder kaum Probleme damit“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine „magic number“ für Sättigungsgrenze • In der Summe ist München auch noch nicht übernutzt • Wir brauchen Tragfähigkeitsanalysen
... aber Wohnraum gibt es keinen!		

Wahrnehmung

Wirtschaft	Politik / DMO	Wissenschaft
Stadtmarketing: „ genießen Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung “	Politik: Stimmung ist nicht gegen Tourismus	noch kein genereller Overtourismus - Effekt
IHK: Bewusstsein, dass der Einzelhandel vom Tourismus profitiert, ist da	Politik: Wachstum ist Problem, das nicht mit Tourismus in Verbindung gebracht wird	„Also München ist aus meiner Sicht nicht komplett übernutzt oder nicht gar nicht übernutzt,“
	Politik: Touristischer Raum vs. Privater Raum	„... sondern man muss da halt genauer hingucken. Zu bestimmten Zeiten, zu bestimmten Räumen “
	DMO: „wir halten die Augen offen und schauen wo könnte es vielleicht mal kritischer werden“	

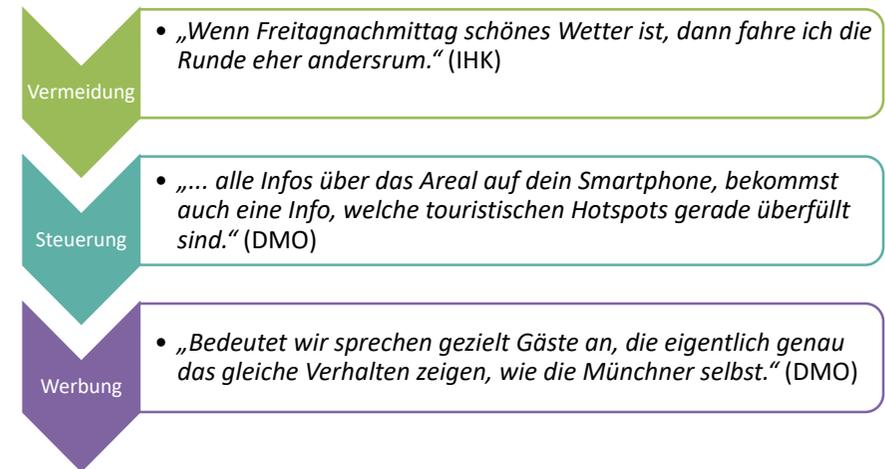
Übernutzung nur als lokales Phänomen

- „da gibt es einfach Punkte. Z. B. die Allianz Arena, ..., wo **zu bestimmten Zeiten, an bestimmten Tagen** sehr viele Touristen sich dann auch hin verirren.“ (Wissenschaft)
- „**hohe Anzahl** an Bevölkerung, hohe Anzahl an Übernachtungen, da könnte es brodeln.“ (DMO)
- „ein Aspekt ist auch, dass manche sagen in die Fußgängerzone können wir nicht mehr gehen, ..., weil sie schon so voll ist, aber das sind ... **nicht nur Touristen.**“ (Politik)

Empfindlichkeit & „Biergarten“-Toleranz

- *"gelernt durch das Oktoberfest" (Stadtmarketing)*
- *"die Münchner Bevölkerung ist auch gewohnt, Gäste aus dem Ausland zu haben" (DMO)*
- *"auch wenn der Münchner als grantelig manchmal gilt, da im Biergarten, da hockt dann halt **alles durch die Schichten** und alles ist gut" (St-Ma)*
- *"Vielleicht ist da ... ein **gewisses Verständnis** auch da und solange man im Biergarten noch einen **Platz kriegt**" (Politik)*
- *"so viele **coole kleine Biergärten** und bringt die Leute doch mal ein bisschen **fernab** vom Hofbräuhaus" (Wissenschaft)*
- *"Wenn diese **letzten kleinen Biergärten**, wo tatsächlich der Münchner sitzt und nach der Arbeit gemütlich sein Maß Bier oder seine Halbe Bier trinken kann, wenn dann da auch immer **mehr Touristen** kommen. Da sind wir bei einer Diskussion, die mit Airbnb schon losging" (Wissenschaft)*

Adaption



Zusammenfassung

- Kein klare Overtourismus-Wahrnehmung der Stakeholder
- Lediglich partielle und lokale Problemdimensionen

Erklärungsansätze

- Lange touristische Tradition
- Organisches Wachstum und keine disruptive Entwicklung
- Kompakte Hotspots, aber relativ großräumiges Kerngebiet
- Leistungsfähige Infrastruktur
- Keine großen Lebensstil-Gaps zwischen Mantelbevölkerung und Besuchern (Ausnahme Junggesellenabschiede)

UNWTO-Managementansätze

1. **Spreading visitors around the city and beyond**
 2. Time-based rerouting
 3. Regulation
 4. **Creating itineraries**
 5. **Visitor segmentation**
 6. **Make residents benefit from the visitor economy**
 7. **Create city experiences that benefit both visitors and local residents**
 8. **Communicating with and involving local stakeholders**
 9. Communicating with and involving visitors
 10. **Improve city infrastructure and facilities**
- **nicht zielführend – implementiert – erstrebenswert**

Koens & Postma (2017, S. 33f.), Postma & Schmücker (2017, S. 152f.), UNWTO 2018, S. 48f.)