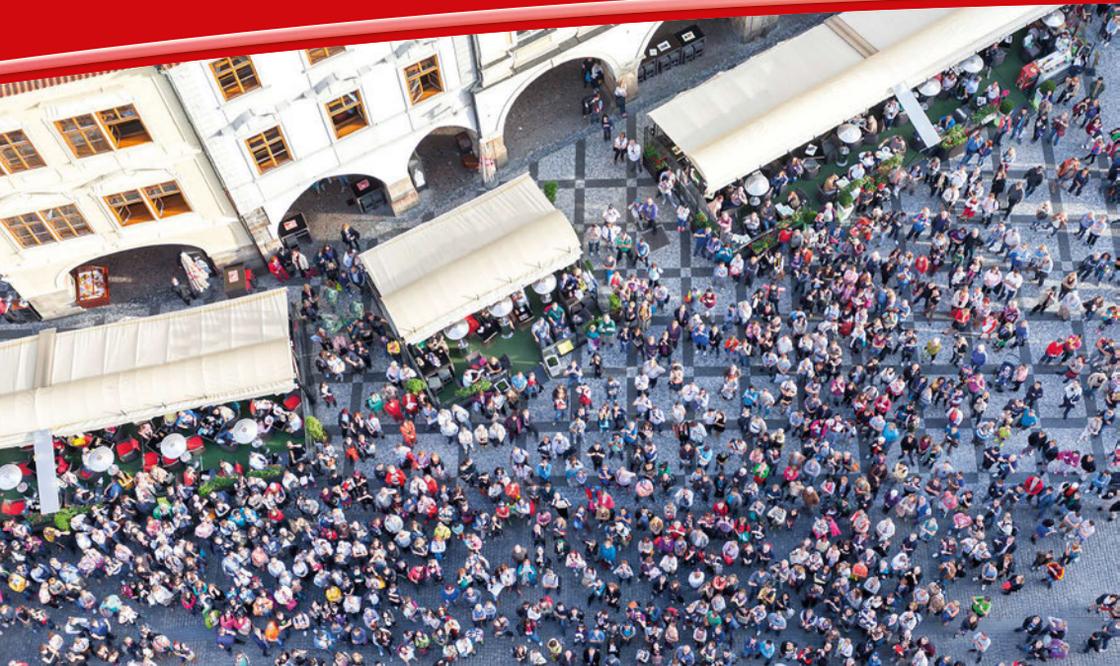


utb.

Andreas Kagermeier

# Overtourism



### **Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage**

Böhlau Verlag · Wien · Köln · Weimar

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Wilhelm Fink · Paderborn

Narr Francke Attempto Verlag / expert verlag · Tübingen

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Ernst Reinhardt Verlag · München

Ferdinand Schöningh · Paderborn

transcript Verlag · Bielefeld

Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart

UVK Verlag · München

Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



**Prof. Dr. Andreas Kagermeier** lehrt und forscht an der Universität Trier. Neben seinen nordafrikanischen Forschungsaktivitäten stellen aktuelle Entwicklungstendenzen im Städtetourismus einen Schwerpunkt seiner Tourismusforschungsaktivitäten dar.

Andreas Kagermeier

# **Overtourism**

UVK Verlag · München

Umschlagabbildung: © Bim · iStockphoto

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage 2021

© UVK Verlag 2020

- ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG  
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Internet: [www.narr.de](http://www.narr.de)

eMail: [info@narr.de](mailto:info@narr.de)

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart  
CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 5417

ISBN 978-3-8252-5417-9 (Print)

ISBN 978-3-8385-5417-4 (ePDF)

## Vorwort

Spätestens seit einer intensiven medialen Beschäftigung mit negativen Auswirkungen des Städtetourismus im Sommer 2017 ist Overtourismus zu einem vielfach diskutierten Phänomen geworden. Ausgehend von den Kreuzfahrtdestinationen Dubrovnik, Barcelona und Venedig (Helmes 2016) wurden die negativen Reaktionen der Wohnbevölkerung auf die als „Zuviel“ empfundenen Besucher in ihrer Stadt rasch zu einem europaweiten bzw. inzwischen globalen Thema.

Auch wenn im Jahr 2020 die COVID-19 bedingten Effekte für eine kurzfristig diametral andere Situation gesorgt haben, wird Overtourism nach der Erholung des Tourismus sicherlich weiterhin als wichtige Herausforderung für die Destinationsgovernance auf der Agenda stehen.

Mit dem vorliegenden Band werden einerseits die Hintergründe und auslösenden Faktoren für die teilweise sehr akzentuiert und oft mit pauschalierenden sowie emotional aufgeladenen Positionen geführten Diskussion auf der Basis von grundlegenden Rahmendaten beleuchtet.

Dabei wird ein besonderes Augenmerk auch auf die sozialwissenschaftlichen Ansätze zum Nachvollziehen und Deuten der Befindlichkeiten der unterschiedlichen Akteure gelegt. Ausgehend von früheren Management- und Gegensteuerungsansätzen in Großschutzgebieten und in der interkulturellen Begegnung erfolgt eine Annäherung an die aktuell in der Diskussion befindlichen Managementansätze.

Es wird dargelegt, dass ein Ausbalancieren der divergierenden Bedürfnisse und Interessenslagen der involvierten Akteure keineswegs trivial ist. Abgesehen von den oftmals diskutierten Limitierungsansätzen liegt das Augenmerk auch auf den Möglichkeiten der Resilienz-Ertüchtigung durch weiche, indirekt und nur partiell auf die Ratio abzielende Partizipationsansätze, welche Bezug zum Konzept des Sozialen Kapitals nach Bourdieu nehmen.

Dabei wird aber auch deutlich, dass damit sehr grundsätzliche Dimensionen von Zivilgesellschaft und Urban Governance berührt werden, die weit über den engeren Rahmen von rein auf den Tourismus begrenzten Handlungsansätzen hinaus reichen. Sowohl Tourismuswissenschaft als auch konkrete Destinationspraxis stehen bei vielen der Herausforderun-

gen noch am Anfang eines herausfordernden und wohl auch mühsamen Prozesses.

Abschließend wird herausgestellt, dass sowohl Tourismuswirtschaft als auch Tourismuswissenschaften bislang weitgehend wachstumsorientiert bzw. wachstumsgetrieben waren. Es spricht einiges dafür, dass der aktuelle Diskurs um Overtourismus – ähnlich wie auch die Klimawandel-Diskussion – als Anzeichen für anstehende grundlegende Paradigmenwechsel im Tourismus verstanden werden könnte.

Freising, im Herbst 2020  
Andreas Kagermeier

## An wen richtet sich dieses Buch

Angesichts der spezifischen Thematik, die in einem breiteren Kontext diskutiert wird, wendet sich das Buch nicht nur an Dozierende und Studierende der Tourismuswissenschaften. Vielmehr ist es so konzipiert, dass es sich insbesondere auch an ein breiteres Zielpublikum wendet, das – sei es beruflich oder privat – mit dem Phänomen des Overtourism konfrontiert ist. Angesichts der spezifischen Thematik und der intensiven medialen Diskussion sowie der Dynamik der Auseinandersetzung und der erst partiell vorhandenen, empirisch fundierten wissenschaftlichen Analyse werden dabei wohl auch intensiver Internetquellen verwendet, als dies bei wissenschaftlichen Publikationen zu etablierten Themenfeldern der Fall ist.

Dabei ist es das Ziel einerseits die Entstehungshintergründe von negativen Befindlichkeiten gegenüber Besuchern auszuleuchten. Dieses Verständnis erscheint fundamental, wenn es darum geht, mit dem Phänomen Overtourism umzugehen und angemessene Handlungsansätze zu suchen.

Damit ist das Buch klar wissenschaftlich fundiert angelegt. Gleichzeitig ist der Impetus definitiv darauf ausgerichtet, anwendungsorientiert auch den Umgang mit dem Phänomen zu thematisieren.



# Inhalt

Vorwort.....	5
An wen richtet sich dieses Buch.....	7
1	Der „Aufstand der Bereisten“ ..... 13
1.1	Tourismus als wachstumsverwöhntes Wirtschaftssegment...13
1.2	Das Umkippen der Stimmung in den städtetouristischen Destinationen.....17
2	Wachstumsdynamik im Städtetourismus und deren Treiber 23
2.1	Die quantitative Zunahme des Städtetourismus.....23
2.2	Der New Urban Tourism als Treiber für die Overtourism- Diskussion.....26
2.3	Sharing Economy und Overtourism.....30
3	Direkte und indirekte negative Effekte intensiver touristischer Nachfrage ..... 35
3.1	Physische Tragfähigkeitsgrenze durch Crowding.....35
3.2	Direkte negative Effekte.....38
3.3	Indirekte Effekte.....39
3.4	Befunde zur Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in München ..... 44
4	Wann wird aus „Gerade noch recht“ ein „Zuviel“?..... 49
4.1	Tourismusintensität als Indikator.....50
4.2	Weitere quantitative, objektiv messbare Indikatoren .....59
4.2.1	Die McKinsey-Studie für die WTTC .....59
4.2.2	Roland Berger: “Protecting your city from overtourism” .....68
4.2.3	Grenzen von objektiven Indikatoren.....71
4.3	Wahrnehmung negativer Auswirkungen.....77

4.3.1	Betroffenheit als relevante Größe.....	77
4.3.2	Einfluss der Gästestruktur .....	93
4.3.3	Gewöhnungseffekte und Erwartungshaltungen .....	103
4.3.4	Irritation und Entfremdung.....	104
4.4	Vulnerabilität und Resilienz.....	110
4.4.1	Coping Optionen.....	112
4.4.2	Weitere Resilienz begünstigende Faktoren .....	119
4.4.3	Zwischenfazit: München und die „Biergarten-Toleranz“ .....	123
4.4.4	Rahmenbedingungen der Befindlichkeit einer Stadtgesellschaft.....	127
5	Managementansätze zum Umgang mit Overtourism.....	137
5.1	Traditionelle Ansätze zum Umgang mit intensiver touristischer Nachfrage .....	137
5.2	Vorschläge für Overtourism-Managementansätze.....	139
5.2.1	Vorschläge für Managementansätze der McKinsey-Studie für die WTTC .....	139
5.2.2	Vorschläge für Managementansätze der TRAN-Studie für das Europäische Parlament .....	140
5.2.3	Vorschläge für Managementansätze der Roland Berger-Studie .....	143
5.3	UNWTO Managementansätze .....	146
5.3.1	Räumliche Entzerrung .....	147
5.3.2	Zeitliche Entzerrung.....	151
5.3.3	Ergänzende Angebote .....	154
5.3.4	Anpassung der Regulierungen .....	155
5.3.5	Zielgruppensegmentierung .....	159
5.3.6	Nutzenstiftung für lokale Gemeinschaft.....	161
5.3.7	Erlebnisoptionen auch für Bewohner schaffen.....	163
5.3.8	Verbesserung der Infrastruktur.....	164
5.3.9	Kommunikation mit und Einbindung von lokalen Stakeholdern .....	165

5.3.10	Kommunikation mit und Einbindung von Besuchern.....	167
5.3.11	Monitoring.....	171
5.4	Die UNWTO-Strategien vor dem Hintergrund des Vulnerabilitätsansatzes .....	172
5.4.1	Reduzierung der Belastung (Exposure) .....	173
5.4.2	Stärkung der Resilienz (Resilience) .....	175
5.4.3	Reduzierung der Sensitivität (Sensitivity) .....	176
5.4.4	Diskussion: Resilienzförderung urbaner Destinationen .....	178
6	Spannungsfeld Destination–Lebensraum .....	183
6.1	Destinationen als vermarktbar Produkte vs. Wahrnehmung als Lebensumfeld.....	185
6.2	Auf der Suche nach sozialer Tragfähigkeit .....	189
6.3	Herausforderungen beim Ausbalancieren der Interessen der Bewohner mit denen der Besucher .....	189
6.4	Am Puls der Bewohner bleiben.....	191
6.5	Förderung eines ganzheitlichen Community-Diskurses.....	193
7	Rolle von Governance und Partizipation .....	197
8	„The end of tourism as we know it“ - oder Abschied von der Wachstumsorientierung? .....	205
	Literatur.....	209
	Index .....	235



# 1 Der „Aufstand der Bereisten“

Der Tourismus gilt als eine der Wachstumsbranchen schlechthin. Seit dem 2. Weltkrieg waren abgesehen von kleineren „Dellen“, die durch weltweit wirksame konjunkturelle Entwicklungen (z. B. die sog. „Bankenkrise“ 2008/2009), terroristische Aktivitäten (insbesondere der 11. September 2001) oder epidemische Ereignisse mit globaler Auswirkung (zuletzt der Corona-Virus 2020) ausgelöst wurden, die globalen Parameter und Indikatoren immer auf Wachstumskurs.

Zwar haben gewalttätige Auseinandersetzungen (wie der Bürgerkrieg in Syrien oder die sog. Post-Election-Violences in Kenia), Katastrophen (von Menschen verursacht wie der Reaktorkatastrophe in Fukushima 2011 oder natürlich bedingt wie der Tsunami in Südostasien 2004 bzw. diverse Vulkanausbrüche) oder politische Friktionen zwischen einzelnen Staaten in einzelnen Destinationen immer wieder zu Nachfrageeinbrüchen geführt. Bei räumlich begrenzten Krisen hat sich die Nachfrage zumeist einfach verlagert – z. B. aus der Türkei oder Nordafrika in andere mediterrane Destinationen –, so dass es nur regional zu Nachfrageeinbrüchen gekommen ist. Das jüngste Beispiel einer globalen Krise, die COVID-19-Krise, ist zum Zeitpunkt der Manuskripterstellung noch global präsent. Die Nachfrage hat bei bisherigen globalen Krisen aber nach einer gewissen „Delle“ meist wieder relativ schnell auf den Wachstumspfad zurückgefunden. Auch wenn dies wohl für den Geschäftsreiseverkehr in der Post-Corona-Zeit möglicherweise nur partiell gilt, sind aktuell keine Anzeichen dafür vorhanden, dass der für den Overtourismus relevante freizeitorientierte Städtetourismus längerfristig von Corona-Folgen nachhaltig beeinflusst würde (Oskam 2020b, S. 53).

## 1.1 Tourismus als wachstumsverwöhntes Wirtschaftsegment

Das globale Wachstum im Tourismus spiegelt sich in den Daten der UNWTO (United Nations World Tourism Organisation). Von dieser werden die internationalen Reisenden (d. h. nicht die Reisen innerhalb des eigenen Landes, sprich z. B. Urlaube von Deutschen in Deutschland) erfasst.

Die Zahl der internationalen Ankünfte von Reisenden hat sich von nur 25 Mio. Ankünften im Jahr 1950 innerhalb von knapp 30 Jahren bis Ende der 1970er-Jahre auf 250 Mio. verzehnfacht. In den gut 20 Jahren bis 2011 erfolgte eine weitere Vervielfachung auf dann 1 Mrd. Reisende.

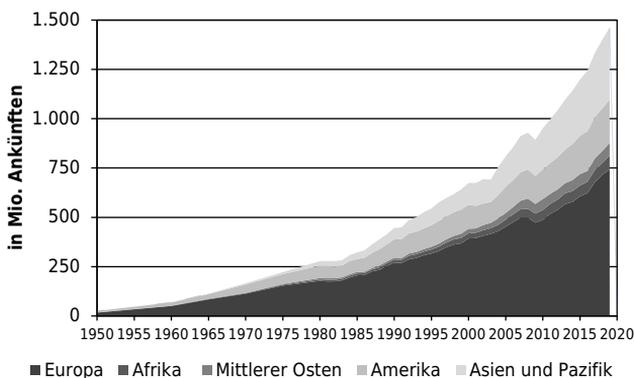


Abb. 1: Entwicklung der internationalen Ankünfte zwischen 1950 und 2019 nach UNWTO-Reisegebieten (Quelle: Eigene Darstellung nach Daten: UNWTO div. Jahrgänge)

Dieses quantitative Wachstum ging auch in den letzten Jahren weiter, so dass im Jahr 2019 knapp 1,5 Mrd. Ankünfte registriert worden sind (vgl. Abb. 1).

Dabei lassen sich in den Ankunftsdaten global wirksame Krisen gut als kurzfristige „Dellen“ identifizieren. Dies gilt für die Bankenkrise von 2008/2009 genauso wie für den 11. September 2001, die SARS-Pandemie 2002/2003 (zumindest für den asiatischen Quellmarkt), den Golfkrieg 1990/1991, die sog. 2. Ölkrise 1979/1980 nach der Revolution im Iran oder die sog. 1. Ölkrise 1973/1974 nach dem Jom-Kippur-Krieg. Politische Spannungen, terroristische Anschläge, kriegerische Auseinandersetzungen oder Epidemien/Pandemien haben sich immer auch als konjunkturelle Rückgänge bzw. Einbrüche in der touristischen Nachfrage manifestiert. Gleichzeitig kehrten die Nachfragezahlen bislang innerhalb relativ kurzer Zeit auf den früheren Wachstumspfad zurück, hinterließen also keine strukturellen Folgen. Auch wenn aktuell nicht ganz abzusehen – da es sich bei der COVID-19-Krise um das bislang tiefgreifendste Krisenphänomen der letzten 70 Jahre handelt – spricht vieles dafür, dass auch dieser Einbruch – zwar wohl umfassender als frühere Krisen

und möglicherweise auch etwas länger andauernd – letztendlich dann aber doch nicht zu einer strukturellen Veränderung der freizeitorientierten Reisetätigkeit führen dürfte.

In der aktuellen offiziellen Prognose der UNWTO bis zum Jahr 2030 wird dieser Wachstumspfad weitgehend linear fortgeschrieben und bis dahin 1,8 Mrd. Ankünfte prognostiziert (UNWTO 2014, S. 14). Weitergehende Abschätzungen bis zum Jahr 2050 gehen (wiederum als weitgehende Status-Quo Fortschreibung) von etwa 3 Mrd. internationalen Ankünften aus. Dabei wird in Varianten, die unterschiedliche Rahmenbedingungen einbeziehen – wie z. B. Veränderung von Transportkosten insbesondere für den Flugverkehr – ein Korridor von ca. 2,7 Mrd. bis 3,3 Mrd. angegeben (Scott und Gössling 2015, S. 271). Der grundsätzliche Wachstumspfad wird bislang – trotz zwischenzeitlicher Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten und der Klimawandel-Herausforderung in die Überlegungen der UNWTO noch nicht in Frage gestellt.

Nun werden touristische Angebote aus Sicht der wirtschaftlichen und politischen Akteure in den Destinationen ja vor allem deswegen entwickelt und vorgehalten, um damit Einkommen und auch Arbeitsplätze zu schaffen. Parallel zur Zunahme der Nachfrage haben dementsprechend auch die regionalwirtschaftlich relevanten Einnahmen aus dem Tourismus zugenommen.

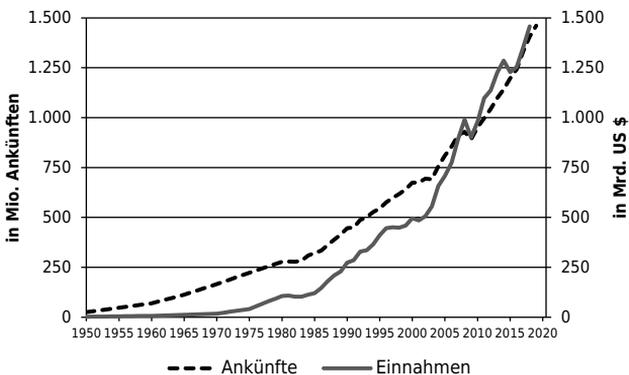


Abb. 2: Entwicklung der internationalen Ankünfte und der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus zwischen 1950 und 2018/2019 (Quelle: Eigene Darstellung nach Daten: UNWTO div. Jahrgänge)

In Abb. 2 ist (neben den globalen Ankünften) die Entwicklung der Deviseneinnahmen aus dem internationalen Tourismus dargestellt. Auch diese haben in den letzten 70 Jahren eine fast kontinuierliche Steigerung erfahren und beliefen sich 2018 auf fast 1,5 Billionen US\$.

Weltweit werden durch den internationalen (Incoming) und den nationalen (Binnen-)Tourismus knapp 10 % des globalen Bruttoinlandsproduktes geschaffen. Gleichzeitig wird durch den Tourismus – als relativ arbeitskraftintensiver Wirtschaftssektor – knapp jeder zehnte Arbeitsplatz weltweit generiert (UNWTO 2014, S. 2). Bei aller methodischen Problematik solcher globalen Abschätzungen und der damit verbundenen Berechnungsgrundlagen stellt der Tourismus damit eine wichtige Säule der globalen Wirtschaft dar.

Dabei liegt Deutschland hinsichtlich der ökonomischen Wirkungen des Tourismus in etwa im globalen Mittel. Der Anteil der von Touristen in der Bundesrepublik Deutschland nachgefragten Güter und Dienstleistungen in Höhe von 97 Mrd. € trug im Jahr 2010 direkt mit 4,4 % zur gesamten Bruttowertschöpfung der Volkswirtschaft bei. Bei Einbeziehung der indirekten Effekte errechnen sich 9,7 % der Bruttowertschöpfung. Etwa ein Viertel der Wertschöpfung wird in Bereichen erwirtschaftet, die nicht primär auf den Tourismus ausgerichtet sind (Einzelhandel, sonst. Dienstleistungen). Die direkte Beschäftigungswirkung der 2,9 Mio. dem Tourismus zuzuordnenden Beschäftigten entspricht einem Anteil von 7,0 % der Erwerbstätigen in Deutschland. Mit den induzierten Beschäftigungswirkungen ergibt sich ein Anteil von 12,0 %. Damit liegt der Beitrag des Wirtschaftsfaktors Tourismus an der Bruttowertschöpfung über derjenigen der Automobilindustrie, des Baugewerbes oder des Erziehungs- und Unterrichtswesens (Zahlen nach BMWi und BTW 2012, S. 4).

Besonders in sog. strukturschwachen und peripheren Regionen mit wenigen anderen tragfähigen wirtschaftlichen Grundlagen wie vielen Mittelgebirgsregionen in Deutschland, ländlichen Gebieten im Mittelmeerraum oder Destinationen im sog. Globalen Süden ist die relative Bedeutung des Wirtschaftssektors Tourismus oft noch deutlich höher. Umgekehrt sind in dynamischen Metropolregionen wie z. B. der Region München andere Wirtschaftszweige stärker ausgeprägt, so dass dort die relative Bedeutung des Tourismus für regionale Wertschöpfung und Beschäftigung unterdurchschnittlich ausfallen kann.

Insbesondere strukturschwächere Städte, Regionen oder Länder haben in den letzten Jahrzehnten versucht, den Tourismus als Wertschöp-

fungsquelle und zur Schaffung von Arbeitsmöglichkeiten zu nutzen. Dementsprechend sind – trotz insgesamt zunehmender Nachfragevolumina – in den letzten Jahrzehnten die Tourismusangebote stärker gewachsen als die Nachfrage. Dies bedeutet, dass im Tourismusmarkt ein Shift vom *Anbietermarkt* (die Nachfrage ist größer als das Angebot) zum *Nachfragermarkt* (das Angebot ist größer als die Nachfrage) stattgefunden hat. Dementsprechend ist der Tourismus ein hoch kompetitives Wirtschaftssegment, in dem ja theoretisch jede Destination weltweit miteinander in Konkurrenz steht. Folglich waren Tourismuswirtschaft, Tourismuspolitik und auch Tourismuswissenschaft im ausgehenden 20. Jahrhundert vor allem darauf ausgerichtet, die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen zu verbessern. Dabei lag der Fokus vor allem auf einer klaren Qualitätsorientierung, der Entwicklung von neuen Produktlinien bzw. dem Relaunch von etablierten Produkten. Die starke Wachstumsorientierung wurde nur sehr partiell in Frage gestellt.

## 1.2 Das Umkippen der Stimmung in den städtetouristischen Destinationen

Im Tourismus als wachstumsverwöhntem Wirtschaftssektor spielten die Fragen nach den „Grenzen des Wachstums“ nur eine geringe Rolle. Die privatwirtschaftlichen Akteure, die politischen Akteure und die tourismuswissenschaftlichen Akteure – wobei sich der Verfasser dieses Bandes nicht davon ausnehmen kann – waren weitgehend von den auf Wachstum ausgerichteten Prognosen geprägt.

Auch wenn die Frage nach den Tragfähigkeits- und Sättigungsgrenzen im Tourismus immer wieder thematisiert worden ist, bezog sich das auf Teilbereiche des Gesamtmarktes. So wurde seit den 1980er-Jahren im Zusammenhang mit der Diskussion über Akkulturation und kulturelle Überprägung durch Tourismus in Zielgebiete des Globalen Südens oder die physischen Grenzen in Großschutzgebieten (vgl. Kap. 5) dieser Aspekt immer wieder thematisiert. Letztendlich blieb es aber ein relativ isolierter und für den überwiegenden Teil des Tourismussegments wenig relevanter Diskurs.

### Der „Aufstand der Bereisten“: zur Genese eines Begriffs

In den 1960er- und frühen 1970er-Jahren wurde in den – oftmals gerade in die Unabhängigkeit entlassenen – Ländern des Globalen Südens die Entwicklung des Tourismus oftmals als ein Mittel einer sog. nachholenden Entwicklung gesehen und war damit positiv besetzt. In den späten 1970er- und 1980er-Jahren wurde zunehmend auch Kritik an den Folgen der touristischen Erschließung in den sog. Entwicklungsländern laut.

Diese war auch stark getragen von den tourismuskritischen Diskurslinien, die in den bildungsbürgerlichen Eliten des Globalen Nordens in dieser Zeit geführt wurden (vgl. z. B. Krippendorf 1982, 1984) und in denen von Junk (1980) dem sog. „harten“ Tourismus der Gegenentwurf eines sog. „sanften“ Tourismus entgegensetzt worden ist.

In der Berichtserstattung über eine Konferenz zum Tourismus in der Dritten Welt im Jahr 1986 wird wohl das erste Mal der Begriff „Aufstand der Bereisten“ verwendet (FAIR UNTERWEGS 2017). Dieser erfuhr in der Folgezeit eine weite Verbreitung, auch wenn Strasdas die Wirksamkeit eher zurückhaltend beurteilt:

*„Die Kritik am Dritte-Welt-Tourismus blieb politisch und in der touristischen Praxis weitgehend bedeutungslos, da sie nur von kleinen Gruppen in den IL und den EL getragen wurde. Der von ihnen häufig zitierte ‚Aufstand der Bereisten‘ beschränkte sich in organisierter Form bisher auf wenige Fälle und wird vor allem von denjenigen verkörpert, die selbst nicht am Tourismus beteiligt sind. Es wurde erkannt, dass die Einheimischen hier unterschiedliche Interessen haben: Die im Tourismus tätigen Personen profitieren von ihm, d. h. sie haben zwar ein Interesse an einer Verbesserung ihrer Arbeitssituation (z. B. in Form von gewerkschaftlicher Organisation), nicht aber an einer grundsätzlichen Eindämmung des Tourismus. Dennoch ist die Kritik grundsätzlich berechtigt, da große Teile der lokalen Bevölkerung tatsächlich nicht vom Tourismus profitieren bzw. durch ihn sogar benachteiligt werden – dies allerdings am deutlichsten in ökonomischer Weise, wohingegen die kulturellen Auswirkungen schwieriger zu beurteilen sind“ (Strasdas 2001, S. 90).*

Letztendlich handelt es sich aber ganz klar um einen Kampfbegriff in der tourismuspolitischen Diskussion als einen klar definierten analytischen Begriff. Hinter dem Begriff steht das Unbehagen über die Folgen der touristischen Erschließung – insbesondere auch die kulturelle Überprägung – vor dem Hintergrund von ungleichen Machtpositionen. Tourismus weist Züge einer klassischen post- bzw. neo-kolonialen Beziehung zwischen den Reisenden aus dem Globalen Norden und der Bevölkerung in den Ländern des Globalen Südens auf. Deren Charakterisierung als „Bereiste“ drückt ihre passive Rolle aus, während weite Teile der Wertschöpfungskette in den Händen von Wirtschaftsakteuren des Globalen Nordens bleiben.

Seit 2017 wird der Begriff wieder verstärkt von den Medien aufgegriffen, um die sich vor allem in städtetouristischen Destinationen manifestierenden Artikulationen über als zu viel empfundene Besucherzahlen bzw. die damit verbundenen negativen Effekte prägnant zu charakterisieren. Der Begriff „Bereiste“ konnotiert dabei implizit sicherlich auch eine passive Rolle der Bewohner, die auch als „Opfer“ gesehen werden.

Die meisten Akteure im Tourismus wurden dementsprechend von den seit Sommer 2017 sich zunehmend artikulierenden und auch intensiv in den Medien kommunizierten Diskussionen über die Proteste der lokalen Bevölkerung gegenüber den Besuchern der städtischen Destinationen überrascht bzw. fast sogar „kalt erwischt“.

Es gab zwar eine Reihe von Vorwarnzeichen, die allerdings lokal beschränkt und ohne größeren Widerhall geblieben sind. So hatten bereits im Jahr 2011 die Grünen in Kreuzberg eine Veranstaltung mit dem provokanten Titel *„Hilfe, die Touristen kommen“* abgehalten (Spiegel Online 2011). Nachdem Berlin während der Zeit der deutschen Teilung im Verhältnis zur Bevölkerung eher unterdurchschnittlich intensiv von Besuchern aufgesucht worden ist (etwa auch im Vergleich zu Hamburg und München), hatte die Stadt nach der Wiedervereinigung und insbesondere der Verlegung der Hauptstadtfunktion eine besonders starke Zunahme der Besucherzahlen erfahren (vgl. Kap. 2.1). Aufgrund der Transformationsprozesse seit den 1990er-Jahren sind insbesondere im Osten der Stadt viele ehemals gewerblich genutzte Flächen brach gefallen und

wurden als temporäre Zwischennutzung für subkulturelle Zwecke genutzt. So entstand in den Jahren nach der Wiedervereinigung eine Vielzahl von Clubs vor allem in Friedrichshain, die nicht nur Berliner\*innen, sondern auch viele auswärtige Gäste anzogen. Dementsprechend haben sich in Kreuzberg/Friedrichshain in den 1990er-Jahren auch viele Hostels angesiedelt, die dann 2011 Gegenstand des Unmuts der Bewohner waren. Insbesondere die mit den Hostels und den Clubs verbundenen nächtlichen akustischen Beeinträchtigungen, aber auch die Hinterlassenschaften der nächtlichen Besucher führten zu Irritationen bei den Bewohnern, so dass artikuliert wurde „*Wir sind kein Zoo!*“ (Spiegel Online 2011).

Die Diskussion verlagerte sich dann in den Folgejahren neben den Hostels auch auf das private „Teilen“ von Wohnraum für Übernachtungszwecke als Teil der sog. „Sharing Economy“ – insbesondere über die Vermittlungsplattform AirBnB (vgl. z. B. Kagermeier, Köller und Stors 2015, 2016, Stors und Kagermeier 2017; vgl. auch Kap 2.3). Letztendlich blieben es aber lange Zeit lokal begrenzte und eher auf die direkten Beeinträchtigungen – seien es nächtliche Lärmkulissen oder die Angst um Zweckentfremdung von Wohnraum – abzielende Artikulationen von negativen Effekten des Tourismus, wie sie bereits früher schon immer wieder aufgetreten waren (genauer in Kap. 3).

Die Medienberichterstattung wurde dann 2017 vor allem von den drei Beispielen Barcelona, Dubrovnik und Venedig geprägt (vgl. z. B. Christ 2017). Alle drei Städte sind wichtige Anlaufziele des Kreuzfahrttourismus. Kreuzfahrttouristen zeichnen sich dadurch aus, dass sie zu bestimmten Stoßzeiten massiert in den Städten auftreten und sich im Wesentlichen auf die zentralen Highlights der Stadt konzentrieren. Gleichzeitig induzieren sie nur eine sehr begrenzte Wertschöpfung, da sie ihre Mahlzeiten auf den Kreuzfahrtschiffen einnehmen, dort auch übernachten und auch kaum Gelegenheit für längere Einkäufe in den Hafentädten haben (vgl. auch Kap. 3.1).

Ausgehend von den drei Hotspots der Overtourism-Diskussion wird inzwischen in zunehmend mehr Destinationen das Unbehagen über eine als „Zuviel“ empfundene Zahl der Touristen artikuliert. Dabei wird zu meist auf die negativen Auswirkungen der touristischen Inwertsetzung für den Lebensraum der Bewohner abgestellt.

Nach dem Begriffsverständnis der United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) kann von Overtourism gesprochen werden, wenn

die Auswirkungen des Tourismus in einer Destination die wahrgenommene Lebensqualität der Bewohner und/oder die Aufenthaltsqualität der Besucher negativ beeinflusst („*the impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way*“ UNWTO 2018, S. 6). Overtourism entsteht also wenn Tragfähigkeitsgrenzen überschritten werden und daraus negative Konsequenzen resultieren.



Abb. 3: Dubrovnik ist einer der mediterranen Kreuzfahrtstandorte an denen sich wegen der hohen Zahl der Besucher und dem damit verbundenen Crowding die Overtourismus-Diskussion entzündet hat (Quelle: Eigene Aufnahme)

Auch wenn die Overtourism-Diskussion teilweise auch in mediterranen Badedestinationen wie z. B. Mallorca (Martiny 2019) oder stark (insbesondere vom Tagesausflugsverkehr) frequentierten Gegenden im Alpenvorland (Steppan 2019, Fuchs und Sebald 2019, Wiendl 2020) oder anderen landschaftlich attraktiven Destinationen geführt wird, liegt der Schwerpunkt der Overtourism-Diskussion in den Städten und hier insbesondere in den größeren Metropolen. Dementsprechend wird im nächsten Kapitel auch zunächst auf die besondere Wachstumsdynamik im Städtetourismus eingegangen.



# Index

## A

AirBnB 20, 30, 91, 143  
Akzeptanz 183  
Amsterdam 70, 76, 100, 105,  
119, 122  
arabische Touristen 98  
asiatische Touristen 97  
Aufstand der Bereisten 18  
Awareness 141  
Ayia Napa 56

## B

Bamberg 71, 73, 104, 109, 149,  
154, 156, 157  
Barcelona 20, 25, 51, 62, 67, 70,  
110, 119, 122, 156  
Befindlichkeit 195  
Bepreisung 157  
Berlin 20, 25, 31, 61, 62, 67, 70,  
81, 83, 87, 100, 109, 122, 148,  
168  
Bern 70  
Besucherbedürfnisse 203  
Besuchersegmentierung 175  
Beteiligung 200  
Betroffenheit 77  
Bewohnerbedürfnisse 203  
Biergarten 123, 126  
Binnenmarketing 133, 166  
Brücke 54, 55, 200  
Bruttowertschöpfung 16

## C

Carrying Capacity 45  
chinesische Touristen 95  
Collaborative Governance 201  
Commitment 200  
Community Model 199  
Coping 96, 112, 128, 151  
Corporative Model 199  
Crowding 35, 46

## D

Dekarbonisierung 139  
Destination 183, 185  
Destination Governance 201  
Destinationsmanagement 197  
direkte negative Effekte 38  
disruptive Veränderungen 195  
Distinktion 29  
Doxey 104  
Dresden 70  
Dublin 54, 70, 101, 141, 149, 169  
Dubrovnik 20, 50, 61, 140, 155,  
158  
Dysfunctional Tourism City  
109

## E

Einbindung 166  
Empowerment 198, 200, 202,  
203  
Engagement 201  
Entfremdung 60, 63, 106

Erlebnis 28

Erstbesucher 88

Exposition 111, 128, 151

## F

Flugverkehr 138

Flusskreuzfahrt 73, 104, 154,  
156

Friedrichshain 31, 82, 83, 87

Frühwarninstrument 191

## G

Gentrifizierung 28, 44, 84

Geschäftsreisende 152

Gewöhnungseffekt 103, 118

Globalisierung 195

Going Local 148

Governance 184, 198, 202

## H

Hallstadt 140, 156

Hamburg 25, 37, 70, 79, 149,  
159

Hierarchiegrad 199

## I

Identifikation 103, 194

Infrastruktur 165

Interaktion 198

Involvement 201

Irritation 39, 105, 106

Index 104

## J

Juist 56

Junggesellenabschiede 98

## K

kaufkraftstarke Zielgruppen  
157

Klimawandel 138

kollaborativ 198

Köln 70

Kommodifizierung 184

Kommunikation 180

kommunikative Ansätze 167

Kopenhagen 54, 70, 76, 89, 91

Kreuzberg 19, 31, 82, 83, 87

Kreuzfahrttourismus 20, 36, 50,  
73, 155

Kroatien 57

kulturelle Distanz 93

Kurzurlaubsreisen 25

## L

Lebensraum 184, 185

Limitierung 140, 141, 143, 155

Limitierungsansätze 51

Lissabon 54

Lokalstolz 103

London 70

Low Cost Carrier 103, 122, 158

Luzern 52, 54, 55, 70

## M

Mallorca 56, 149, 160

Managementansätze 139

Marktliberalisierung 195

Marrakesch 65

Mass Trap 70

McKinsey 59

Medizintourismus 95

MICE-Markt 160

Monitoring 171

München 25, 44, 52, 61, 62, 67,  
70, 76, 77, 86, 87, 94, 106, 109,  
112, 120, 150, 159, 161, 165,  
178, 201

## N

Nachhaltige Entwicklung 203  
New Urban Tourism 27, 84  
NIMBY-Phänomen 186  
Nutzenstiftung 163  
Nutzungskonkurrenz 41

## O

Off the beaten track 27  
Oktoberfest 102, 154  
ÖPNV-Infrastruktur 164  
Ostasien 95  
Overtourism 20

## P

Pantomime 168  
Paradigmenwechsel 194, 199,  
206  
Paris 70, 109, 110  
partizipativ 198  
Partytourismus 99, 101, 121,  
161, 168, 187  
Peak Performance 70  
Peer-to-Peer-  
Übernachtungsangebote 30  
persuasive Maßnahmen 168  
Perzeption 76, 77  
physische Kapazitätsgrenze 51  
physische Tragfähigkeitsgrenze  
35, 46  
Prag 54, 70  
Preisniveau 69

Prenzlauer Berg 31, 82, 87  
Privatsphäre 186

## Q

Qualitätsmanagement 205  
Qualitätstourismus 160

## R

räumliche Entzerrung 147  
Regensburg 109, 110  
Regulierung 143, 155  
Resilienz 111, 167, 175, 200  
Reykjavik 54  
Riga 54  
Roland Berger 68, 143, 201  
Rom 70  
Rückzugsraum 189  
Rückzugsräume 150

## S

Saisonalität 65, 152, 160  
Salzburg 54, 55, 70  
Sättigung 109  
Schwachlastzeiten 151  
Schweiz 25  
Selbstwertgefühl 200  
Sensitivität 111, 128, 151, 176,  
179  
Sharing Economy 20, 84, 143  
Shining Stars 70  
soziale Carrying Capacity 77  
soziale Tragfähigkeit 49, 189  
sozialer Frieden 194  
Soziales Kapital 129, 200, 201,  
203  
soziales Klima 194  
Sozialverhalten 98, 141

Städtetourismus 23, 158  
Stadtgesellschaft 144, 194, 195  
Stadtpolitik 203  
Stockholm 54, 70  
Stolz 178, 193, 200  
Störung durch das Verhalten  
der Touristen 38  
Straße der Ameisen 40  
Stressfaktoren 144  
Strukturwandel im  
Einzelhandel 40  
Sustainable Quality 70

## T

Tagesausflügler 56  
Tagesbesucher 80  
Tagesgäste 78  
Toleranz 103  
Toleranzlevel 193  
Tourism Emerging City 109  
Tourism Integrated City 109  
Tourism Penetration Rate 53  
Tourismusdichte 63  
Tourismusintensität 50, 60, 64,  
69, 76  
Tourismusplanung 197  
Tourist Bubble 27, 89  
Touristifizierung 42  
Tragfähigkeitsgrenze 45  
Trier 152

## U

überlastete Infrastruktur 38, 60,  
65

Überlastung des ÖPNV 46  
Under Pressure 70  
Unused Potential 70  
UNWTO 197

## V

Valetta 54  
Venedig 20, 50, 54, 55, 61, 70,  
108, 140, 155, 158  
Vertrautheit 104  
VFR 63  
Vulnerabilitätskonzept 110, 172

## W

Wachstumsgeschwindigkeit 76  
Wettbewerbsfähigkeit 205  
Wiederholungsbesucher 89  
Wien 23, 68, 70  
Wirtschaftsfaktor 162  
Wohnumfeld 186  
Wohnungsmarkt 119, 121  
WTTC 59, 67

## Z

zeitliche Entzerrung 151  
Zielgruppen 122, 141, 159  
Zugangsbeschränkung 143  
Zugangsbeschränkungen 51  
Zürich 70

Mit  
aktuellen  
Beispielen!

Venedig, Dubrovnik oder Mallorca! Viele Destinationen leiden unter Overtourism – der massiv auf Gesellschaft und Natur wirkt. Andreas Kagermeier geht dem Phänomen auf den Grund. Er beleuchtet Auslöser und Treiber und zeigt die Tragfähigkeit einer Destination auf. Management- und Governance-Ansätze erörtert er und regt einen Paradigmenwechsel in der Tourismuswissenschaft an. Auch auf New Urban Tourism und die Sharing Economy geht er in diesem Kontext ein.

Das Buch richtet sich gleichermaßen an Studium, Wissenschaft und Praxis der Tourismus-, Sozial- und Geowissenschaften.

Dies ist ein utb-Band aus dem UVK Verlag.  
utb ist eine Kooperation von Verlagen mit einem gemeinsamen Ziel: Lehrbücher und Lernmedien für das erfolgreiche Studium zu veröffentlichen.

ISBN 978-3-8252-5417-9



9 783825 254179



QR-Code für mehr Infos und  
Bewertungen zu diesem Titel

[utb-shop.de](http://utb-shop.de)