

utb.

Andreas Kagermeier
Eva Erdmenger

Overtourism

2. Auflage



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Psychosozial-Verlag · Gießen

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



Prof. Dr. Andreas Kagermeier hat bis 2023 an der Universität Trier gelehrt und geforscht. Neben seinen nordafrikanischen Forschungsaktivitäten stellen aktuelle Entwicklungstendenzen im Städtetourismus einen Schwerpunkt seiner Tourismusforschungsaktivitäten dar.



Dr. Eva Erdmenger hat 2022 mit der Dissertationsschrift „The Destination Governance of ‚Localability““ an der Universität Trier promoviert, in der sie vor dem Hintergrund von Überlastungsphänomenen im Städtetourismus den Blick auf die Bewohner:innen gerichtet und das Konzept der Prosilienz auf dessen Tragfähigkeit überprüft hat. Zu ihrem Interesse an einer sozial nachhaltigen (städtischen)

Tourismusentwicklung gehören Forschungsthemen wie Overtourism, partizipative Destination Governance und Community Prosilience.

Andreas Kagermeier / Eva Erdmenger

Overtourism

2., überarbeitete und erweiterte Auflage



Umschlagabbildung: © MSC· iStock
Autorenbild Kagermeier: © privat
Autorenbild Erdmenger: © privat

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.

DOI: <https://doi.org/10.36198/9783838562605>

© UVK Verlag 2025
- 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 Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de
eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: siegel konzeption | gestaltung
Druck: Elanders Waiblingen GmbH

utb-Nr. 5417
ISBN 978-3-8252-6260-0 (Print)
ISBN 978-3-8385-6260-5 (ePDF)
ISBN 978-3-8463-6260-0 (ePub)



Inhalt

Vorwort	9
An wen richtet sich dieses Buch	11
1 Der „Aufstand der Bereisten“	13
1.1 Tourismus als wachstumsverwöhntes Wirtschaftssegment	14
1.2 Das Umkippen der Stimmung in den touristischen Destinationen	19
1.3 Overtourism als soziales Konstrukt der Gesellschaft	24
1.4 Diskussion: Overtourism jenseits von europäischen Städten	37
1.4.1 Back to the Roots: Overtourism im ländlichen Raum	37
1.4.2 Erweiterung der Eurozentrischen Debatte: Overtourism im Globalen Süden	41
2 Wachstumsdynamik im Städtetourismus und deren Treiber	47
2.1 Die quantitative Zunahme des Städtetourismus	47
2.2 Der New Urban Tourism als Treiber für die Overtourism-Diskussion	50
2.3 Sharing Economy und Overtourism	54
3 Direkte und indirekte negative Effekte intensiver touristischer Nachfrage	61
3.1 Physische Tragfähigkeitsgrenze durch Crowding	61
3.2 Direkte negative Effekte durch Tourist:innen	64
3.3 Indirekte Effekte durch die Tourismuswirtschaft	65
3.4 Befunde zur Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in München <i>vor</i> der COVID-19-Pandemie	70
3.5 Befunde zur Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in München <i>nach</i> der COVID-19-Pandemie	73

4	Wann wird aus ‚Gerade noch recht‘ ein ‚Zuviel‘?	79
4.1	Tourismusintensität als Indikator	80
4.2	Weitere quantitative, objektiv messbare Indikatoren	89
4.2.1	Die McKinsey-Studie für die WTTC	89
4.2.2	Roland Berger: „Protecting your city from overtourism“	98
4.2.3	Grenzen von objektiven Indikatoren	101
4.3	Wahrnehmung negativer Auswirkungen	106
4.3.1	Betroffenheit als relevante Größe	107
4.3.2	Einfluss der Gästestruktur	123
4.3.3	Gewöhnungseffekte und Erwartungshaltungen	134
4.3.4	Irritation und Entfremdung	135
4.4	Vulnerabilität und Resilienz	142
4.4.1	Coping-Strategien und Optionen	143
4.4.2	Weitere Resilienz begünstigende Faktoren	153
4.4.3	Zwischenfazit: München und die „Biergarten-Toleranz“	158
4.4.4	Rahmenbedingungen der Befindlichkeit einer Stadtgesellschaft	164
5	Managementansätze zum Umgang mit Overtourism	173
5.1	Traditionelle Ansätze zum Umgang mit intensiver touristischer Nachfrage	173
5.2	Vorschläge für Overtourism-Managementansätze	175
5.2.1	Vorschläge für Managementansätze der McKinsey-Studie für die WTTC	175
5.2.2	Vorschläge für Managementansätze der TRAN-Studie für das Europäische Parlament	176
5.2.3	Vorschläge für Managementansätze der Roland Berger-Studie	178
5.3	UN Tourism Managementansätze	182
5.3.1	Räumliche Entzerrung	183
5.3.2	Zeitliche Entzerrung	188
5.3.3	Ergänzende Angebote	191
5.3.4	Anpassung der Regulierungen	192
5.3.5	Zielgruppensegmentierung	197
5.3.6	Nutzenstiftung für lokale Gemeinschaft	199
5.3.7	Erlebnisooptionen auch für Bewohner:innen schaffen	201
5.3.8	Verbesserung der Infrastruktur	202

5.3.9	Kommunikation mit und Einbindung von lokalen Stakeholdern	203
5.3.10	Kommunikation mit und Einbindung von Besucher:innen	205
5.3.11	Monitoring	210
5.4	Die UN-Tourism-Strategien vor dem Hintergrund des Vulnerabilitätsansatzes	211
5.4.1	Reduzierung der Belastung (Exposure)	211
5.4.2	Stärkung der Resilienz (<i>Resilience</i>)	214
5.4.3	Reduzierung der Sensitivität (<i>Sensitivity</i>)	215
5.4.4	Diskussion: Resilienzförderung urbaner Destinationen . . .	217
5.5	Futuristische Ansätze zum Umgang mit Overtourism . . .	220
5.5.1	Smarte Lösungsvorschläge	220
5.5.2	Das Degrowth-Manifest	231
5.5.3	PROsilienter und Regenerativer Tourismus: Luftschlösser oder neue Realität?	239
6	Spannungsfeld Destination–Lebensraum	247
6.1	Herausforderungen beim Ausbalancieren der Interessensunterschiede	249
6.2	Vermarktbare Produkt versus belebter Raum	251
6.3	Die Rolle der DMO: von Destinationsmarketing zu Lebensraummanagement	255
6.3.1	Monitoring & Evaluation: Am Puls der Bewohner:innen bleiben	258
6.3.2	Kommunikation: Förderung eines ganzheitlichen Community-Diskurses	261
6.4	Proaktive Vermeidungsstrategien	264
7	Governance-Ansätze als Antwort auf Overtourism	267
7.1	Kollaborative und Partizipative Governance-Modelle . . .	268
7.2	Empowerment anstatt Partizipation der Bewohner:innen .	274
8	„The end of tourism as we know it“ – oder Impulse und Inspirationen für einen Wandel	283
	Literatur	287

Abbildungs- und Tabellenbelege	325
Abbildungen	325
Tabellen	328
Register	329

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:innen in ihrer Stadt rasch zu einem europaweiten bzw. inzwischen globalen Thema. Denn Overtourism betrifft nicht nur europäische Städte, auch wenn der bisher sehr Eurozentrische Diskurs stark auf diesen fokussiert ist.

Obwohl die COVID-19 bedingten Effekte im Jahr 2020 für eine kurzfristig diametral andere Situation gesorgt haben, ist mit dem Wiederanstieg der Besucher:innenzahlen die Problematik fast unverändert virulent und stellt weiterhin eine zentrale Herausforderung für die Destination Governance dar. Auch medial hat die Debatte im Sommer 2024 einen neuen Höhepunkt erreicht und verdeutlicht, dass Overtourism-Proteste nicht mehr nur in europäischen Städten auftreten.

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 Akteur:innen 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 und Betroffenen 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 Herausforderungen 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 und Wageningen, im Frühjahr 2025
Andreas Kagermeier und Eva Erdmenger

Register

- Airbnb 21, 54, 120, 179
Akzeptanz 76, 79, 123, 152, 241, 247, 263
Akzeptanzgrenze 218
Akzeptanzsteigerung 219
Amsterdam 100, 105, 130, 137, 153
arabische Tourist:innen 127
Artificial Intelligence 220
asiatische Tourist:innen 127
Aufstand der Bereisten 19, 24
Awareness 177
Ayia Napa 86
- Bamberg 101f., 135, 141, 184, 190, 193f.
Barcelona 21, 81, 92, 97, 100, 141, 153, 193
Befindlichkeit 251
Begriffsfassung Overtourism 22
Bepreisung 194
Berlin 21, 49, 55, 91f., 96f., 99, 110, 112, 116, 131, 140, 183, 206
Bern 100
Besucher:innenbedürfnisse 256
Besucher:innensegmentierung 214
Beteiligung 258, 277
Betroffenheit 107
Bewohner:innenbedürfnisse 256
Big Data 220, 222ff.
Binnenmarketing 169, 204
Brügge 85, 277
Bruttowertschöpfung 18
Bürger:innenbeirat 273
- Carrying Capacity 71
chinesische Tourist:innen 125
- Collaborative Governance 271
Commitment 277
Community Model 271
Coping 126, 143, 164, 187
Corporative Model 270
Crowding 61, 71
- Degrowth 231, 233–236, 239, 284, 312
Dekarbonisierung 175
Demokratisierung des Reisens 16
Destination 247, 251
Destination Governance 9, 169, 258, 263
Destinationsmanagement 169, 205, 257, 264, 267
direkte negative Effekte 64
disruptive Veränderungen 250
Distinktion 53
Doxey 136
Dresden 100
Dublin 100, 132, 177, 184, 206
Dubrovnik 21, 80, 91, 176, 193, 195
Dysfunctional Tourism City 140
- Einbindung 204
Empowerment 257, 273, 277f., 280
Entfremdung 92, 137
Erlebnis 52
Erstbesucher:innen 116
Exposition 142, 164, 187
Extended Reality 220f.
- Fairbnb 57
Flugverkehr 174
Flusskreuzfahrt 102, 136, 190, 193

- Friedrichshain 55, 110, 112, 116
 Frühwarninstrument 258
- Gentrifizierung 52, 60, 69, 112
 Geschäftsreisende 189
 Gewöhnungseffekt 135, 152
 Globalisierung 250
 Going Local 183
 Governance 240, 248, 267f., 273, 280
- Hallstadt 176, 193
 Hamburg 49, 63, 100, 109, 186, 197
- Identifikation 135, 262
 Impulse 57, 185, 208, 225, 236, 243, 257,
 260, 262, 273, 278, 283
 Infrastruktur 203
 Interaktion 269
 Internet of Things 223
 Involvement 275
 Irritation 65, 137
 Irritation Index 136
- Juist 86
 Junggesellenabschiede 128
- Kapitalismus 233
 kaufkraftstarke Zielgruppen 194
 Klimawandel 41, 174, 283
 kollaborativ 268
 Köln 100
 Kommodifizierung 40, 42, 54, 60, 248
 kommunikative Ansätze 205
 Kommunikation 219
 Konsum 233
 Kopenhagen 100, 105, 118f.
 Kreuzberg 21, 55, 110, 112, 116
 Kreuzfahrttourismus 21, 62, 80, 103, 192
- Kroatien 87
 kulturelle Distanz 123
 Künstliche Intelligenz 191, 220
 Kurzurlaubsreisen 49
- Lebensraum 248, 252
 Limitierung 176f., 179, 192
 Lokalstolz 135
 London 99
 Low Cost Carrier 128, 130, 134, 196f.
 Luzern 82, 85, 100
- Mallorca 86, 184, 198
 Managementansätze 175
 Marktliberalisierung 250
 Marrakesch 94
 Mass Trap 100
 McKinsey 89
 Medien 20, 25f., 33, 81
 soziale Medien 229
 Medizintourismus 125
 Metaverse 222, 224, 305
 MIC-Markt 198
 Monitoring 210
 München 49, 70, 82, 91f., 97, 99, 105, 107,
 114f., 124, 137, 140, 144, 186, 196, 198,
 203, 217, 275
 Münchner Modell 270
- Nachhaltige Entwicklung 281
 Neoliberalisierung 233
 New Urban Tourism 52, 112
 NIMBY 252, 264
 Nutzenstiftung 201
 Nutzungskonkurrenz 67
- Off the beaten track 51
 Oktoberfest 133, 190

- ÖPNV 72, 156, 201f., 208, 214
Ostasien 125
Overtourism 22
- Pantomime 206
Paradigmenwechsel 256, 270, 284
Paris 100, 141
partizipativ 268
Partytourismus 128, 132, 198, 206, 253
Peak Performance 100
Peer-to-Peer-Übernachtungsangebote 55
persuasive Maßnahmen 205
Perzeption 106
physische Tragfähigkeitsgrenze 61, 72
Postwachstum 233
Prag 100
Preisniveau 98
Prenzlauer Berg 55, 111, 116
Privatsphäre 252
PROsilienz 240ff., 265
- Qualitätsmanagement 283
Qualitätstourismus 198
- Rache-Tourismus 231
räumliche Entzerrung 183
regenerativen Tourismus 242
Regenerative Story Bank 263
Regensburg 141
Regulierung 179, 192
Resilienz 142, 205, 214, 277
Revenge Tourism 231
Roland Berger 98, 178, 275
Rom 99
Rückzugsräume 186, 254
- Saisonalität 95, 189, 198
Salzburg 85, 100
- Sättigung 141
Schwachlastzeiten 188
Selbstwertgefühl 277
Sensitivität 142, 164, 187, 215, 218
Sharing Economy 21, 112, 179
Shining Stars 98
Smart Tourism 221
soziale Carrying Capacity 107
soziale Medien 259, 262
sozialer Frieden 255
Soziales Kapital 166, 257, 277, 279
soziales Klima 262
soziale Tragfähigkeit 79
Sozialkapital 271
Sozialverhalten 128, 177
Städtetourismus 47, 196
Stadtgesellschaft 180, 250f.
Stadtpolitik 257
Stockholm 100
Stolz 216, 241, 262, 277
Störung durch das Verhalten der
 Touristen 64
Straße der Ameisen 66
Stressfaktoren 180
Strukturwandel im Einzelhandel 66
Sustainable Quality 100
- Tagesausflügler:innen 85
Tagesbesucher:innen 109
Tagesgäste 109
Toleranz 135
Toleranzlevel 261
Tourism Emerging City 141
Tourism Integrated City 140
Tourism Penetration Rate 83
Tourismusakzeptanzsaldo 260
Tourismusdichte 92
Tourismusintensität 93, 98, 106

- Tourismusplanung 267
Tourist Bubble 51, 118
Touristifizierung 68
Tragfähigkeitsgrenze 71
Trier 188
- überlastete Infrastruktur 64, 95
Überlastung des ÖPNV 72, 214
Under Pressure 100
UN Tourism 14, 16, 182f., 196, 211, 213,
216, 220, 232, 253, 265
Unused Potential 100
UNWTO 264
- Venedig 21, 80, 85, 91, 100, 140, 176, 193,
195
Vertrautheit 136
- VFR 93
Vulnerabilitätskonzept 142, 211
- Wachstumsgeschwindigkeit 106
Wettbewerbsfähigkeit 283
Wiederholungsbesucher 118
Wien 47, 98
Wirtschaftsfaktor 199
Wohnumfeld 252
Wohnungsmarkt 153
WTTC 89, 96
- zeitliche Entzerrung 188
Zielgruppen 177, 197
Zugangsbeschränkung 179
Zürich 100



mit aktuellen
Beispielen

Die Schattenseiten des Massentourismus

Venedig, Barcelona und Mallorca! Immer mehr Destinationen leiden unter Overtourism – der massiv auf Gesellschaft und Natur wirkt. Andreas Kagermeier und Eva Erdmenger gehen dem Phänomen auf den Grund. Sie beleuchten Auslöser und Treiber und zeigen die Tragfähigkeit einer Destination auf. Management-Ansätze erörtern sie und regen einen Paradigmenwechsel in der Tourismuswissenschaft an. Die 2. Auflage wurde überarbeitet und u. a. um neue Governance-Ansätze sowie Beispielprojekte aus der Praxis als Antwort auf Overtourism erweitert. Auch der ländliche Raum und der Globale Süden finden stärker Berücksichtigung.

Das Buch richtet sich an Studierende und Forschende aus den Bereichen Tourismus und Geographie sowie der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften.

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

ISBN 978-3-8252-6260-0



9 783825 262600



QR-Code für mehr Infos und
Bewertungen zu diesem Titel

utb.de