



eurac
research

DOSSIER **OVERTOURISM: WIEVIEL TOURISMUS IST ZU VIEL?**

Eurac Research - Center for Advanced Studies
Oktober 2018

Autoren: Greta Erschbamer, Elisa Innerhofer, Harald Pechlaner

Weltweit leiden begehrte Reiseziele unter Überlastung, in manchen Städten gehen die Bewohner gar auf die Straße, weil sie sich von den Besuchermassen überrannt fühlen. Auch in Südtirol ist es in der Hochsaison mancherorts sehr voll. Was kann man tun, damit der Tourismus den Einheimischen nicht zur Last wird und Urlaubsorte für Bewohner und Besucher attraktiv bleiben? Wie soll man sich vorbereiten auf eine Zukunft, für die Experten die Zunahme der globalen Touristenströme prognostizieren? Welche Möglichkeiten eröffnen neue Technologien?

In diesem Dossier erörtern wir die verschiedenen Aspekte des Phänomens Overtourism und zeigen Lösungs- und Gestaltungsansätze auf.

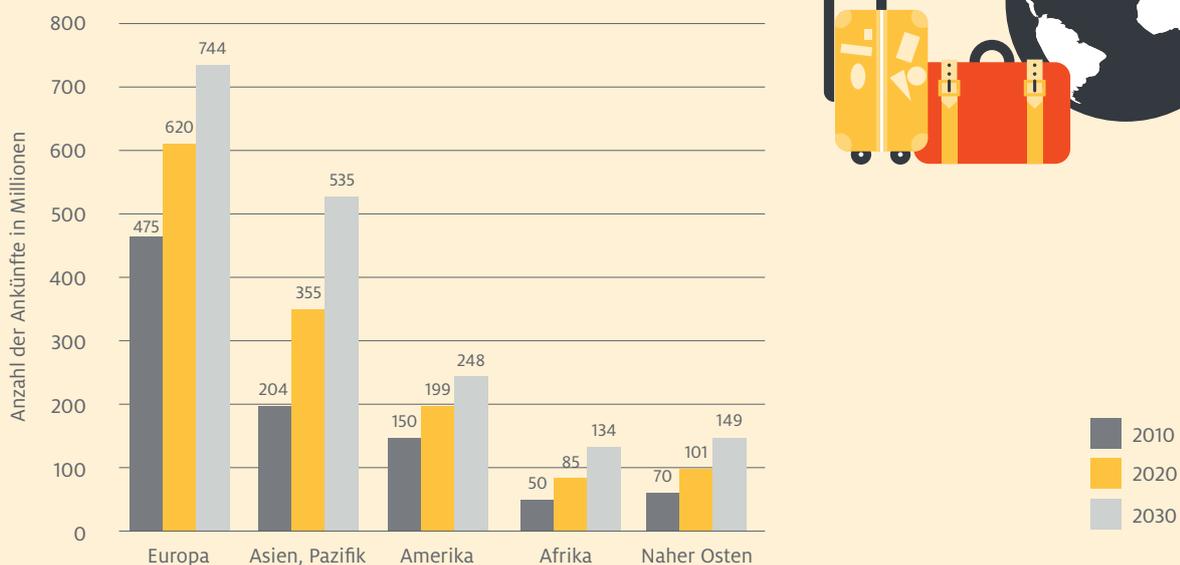
Overtourism – Worum geht es?

Begehrte Urlaubsorte leiden zunehmend unter Überlastung. Überfüllte Strände, lange Warteschlangen vor Attraktionspunkten, anhaltende Staus und verstopfte Ortszentren sind nur einige Auswirkungen, die Gäste und Einheimische in den unterschiedlichsten Destinationen weltweit zu spüren bekommen. Mehr als je zuvor werden Entwicklungen im Tourismus von globalen Ereignissen und Trends beeinflusst. Dazu gehören das sich ändernde Mobilitätsverhalten, der demografische Wandel, Individualisierung und Digitalisierung, so wie auch die zunehmende Urbanisierung, in deren Zuge immer mehr Menschen vom Land in die Städte und Zentren abwandern. Billigairlines ermöglichen es, weite Distanzen in kurzer Zeit zu günstigen Preisen zurückzulegen, und machen damit Destinationen weltweit zunehmend zugänglicher. Die Menschen werden bei guter Gesundheit immer älter und haben im Alter die persönliche und finanzielle Freiheit zu reisen. Man reist öfter, dafür kürzer. In bevölkerungsreichen Ländern wie China und Indien entwickelt sich eine reisefreudige Mittelschicht. Durch die Digitalisierung entstehen international agierende Konzerne mit gänzlich neuen Reiseprodukten und -angeboten. All dies führt dazu, dass nicht nur die schönsten und beliebtesten Plätze und Orte zumindest zeitweise überfüllt sind – auch in Destinationen aus

der zweiten Reihe treten sich Touristen und Einheimische auf die Füße. Dabei ist Overtourism mehr ein punktuell denn ein flächendeckendes Phänomen, und die Herausforderung betrifft nicht nur Städte und ihre Zentren: Auch ländliche Räume, so z. B. bestimmte Skigebiete, zählen zu den hochfrequentierten Tourismusdestinationen. Insbesondere in den Hochsaisons fühlen sich oft sowohl die Einheimischen als auch die Touristen selbst durch die großen Besucheransammlungen gestört. In Städten wie Amsterdam, Venedig oder Barcelona, aber auch in ländlichen Urlaubsregionen, kam es zuletzt wegen Overtourism zu teilweise enormen Spannungen. Staus, hoher Verbrauch von Ressourcen wie z. B. Wasser – und in der Folge Wasserknappheit am Ende der Saison – sowie hohe Mieten und knapper Wohnraum, verursacht durch neue Online-Plattformen wie Airbnb, führten jüngst sogar zu Demonstrationen gegen die Auswüchse des Tourismus.

Diese Entwicklungen haben wesentlichen Einfluss auf das Tourismusbewusstsein der lokalen Bevölkerung. Dabei sind Touristen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für viele Länder. Städte und Regionen wollen auf die Einnahmen durch den Tourismus nicht verzichten und versuchen, an das Verantwortungsbewusstsein der Touristen zu appellieren oder durch Regelungen und Besucherlenkung auf ihr Verhalten und damit auch auf die Wahrnehmung der Einwohner einzuwirken. Die aktuellen Entwicklungen zeigen die Notwendigkeit eines koordinierten Managements von Touristenströmen, bei dem die internationale Reiseindustrie mit nationalen, regionalen und

**PROGNOSTIZIERTE ANZAHL DER ANKÜNFTE
INTERNATIONALER TOURISTEN WELTWEIT
VON 2010 BIS 2030 NACH REGIONEN (IN MILLIONEN)**



Quelle: UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, S. 15

lokalen Tourismusorganisationen zusammenarbeitet. Denn die Herausforderungen werden nicht geringer werden: Analysen des globalen Tourismus zeigen, dass dieser noch lange nicht an seine Grenzen gestoßen ist. Zahlreiche Destinationen streben nach wie vor steigende Besucherzahlen an.

Overtourism – ein neues Phänomen?

Obwohl das Phänomen Overtourism vor allem in den letzten Monaten in der Presse, auf Konferenzen und in Diskussionsrunden vermehrt aufgegriffen wurde, ist die Auseinandersetzung mit einem gefühlten „Zuviel“ in einer touristischen Destination nicht neu. So setzte sich der Tourismusforscher Jost Krippendorff schon in den 1980er Jahren mit dem Reisen als Massenphänomen auseinander und stellte 23 Thesen „für eine Humanisierung des Reisens“ auf, die den Tourismus-Stakeholdern einer Destination als Unterstützung bei der Planung dienen sollten. Indem Krippendorff den Tourismus als „Landschaftsfresser“ bezeichnete, machte er auf touristische Fehlentwicklungen aufmerksam und zeigte, dass eine Fremdenverkehrswirtschaft, die Landschaften zerstört, sich der eigenen Grundlage beraubt. Die Zeitschrift GEO fragte 1980 sogar kritisch „Wie viele Touristen pro Hektar Strand?“ und diskutierte damit das Konzept der „Carrying Capacity“, das dann auch in den 1990er Jahren von verschiedenen Tourismuswissenschaftlern verwendet wurde, um die Tragfähigkeit einer Destination zu beleuchten.

Es sieht so aus, als gäbe es genügend Forschungsansätze zum Thema, jedoch konnten die Erkenntnisse nur teilweise in die Praxis übertragen werden. In ersten Studien wird zudem darauf hingewiesen, dass die Tourismusmanager keine große Freude an dem Begriff Overtourism haben, mit welchem das Unbehagen an einem ausufernden Tourismus umschrieben wird, denn wer möchte schon seiner Destination das Imagemäntelchen eines „Zuviel an Tourismus“ umhängen. Trotzdem erkennen auch die Destinationsverantwortlichen zunehmend die Notwendigkeit, verstärkt in die zeitliche und räumliche Verteilung der Gästeströme zu investieren.

Die Erkenntnisse der Studien, Konferenzen und Publikationen zum Thema Overtourism zeigen jedoch, dass man das Problem nicht ausschließlich an Zahlen festmachen und deshalb auch nicht allein durch zahlenmäßige Beschränkung lösen kann; vielmehr sollten verschiedene Instrumente hin zu einer proaktiven Gestaltung des Tourismus in einer Destination entwickelt werden.

Was führt zu Overtourism?

Die Ursachen von Overtourism können vielfältig und je nach Destination sehr unterschiedlich sein. Einerseits sind es globale Entwicklungen, etwa gesellschaftliche Veränderungen wie die zunehmende Mobilität, die dann jene „Masse“ schaffen, welche für viele ein „Zuviel“ darstellt. Andererseits kommen je

nach Zieldestination standortspezifische Faktoren hinzu, die man genauer betrachten muss, um dem Phänomen auf den Grund zu gehen. So können z. B. die bessere Anbindung und Erreichbarkeit einer Destination, die Professionalisierung im Servicebereich oder währungspolitische Aspekte ein Mehr an Besuchern und Touristen bewirken. Wichtig ist auch der Aspekt veränderter Wahrnehmung: In zahlreichen Destinationen, in denen der Tourismus ein starker Wirtschaftszweig wurde und den Einheimischen Wohlstand brachte, erleben die Nachfolgenerationen diesen Tourismus inzwischen anders und sehen auch dessen Schattenseiten. Die Auswirkungen der Gästeströme auf die Umwelt, Verkehrsüberlastung, überfüllte Strände oder Wanderwege werden nicht mehr ohne Weiteres in Kauf genommen.

Wieviel Tourismus ist zu viel?

Wenn die einheimische Bevölkerung ihre Alltagsaktivitäten zu sehr an den Touristen ausrichten und den Besucherströmen anpassen muss, kann Tourismus zum Problem werden. Es besteht die Gefahr, dass durch das gefühlte „Zuviel“ die Tourismusgesinnung der einheimischen Bevölkerung kippt. Dies bedeutet, dass die Menschen den Tourismus zunehmend kritisch hinterfragen und seine Vorteile dadurch in den Hintergrund rücken. Bei Overtourism geht es in erster Linie um die Wahrnehmung der Einheimischen und darum, wieviel eine Gesellschaft aushält. Das bezieht sich einerseits auf die physische Tragfähigkeit – wie viele Besucher und Wanderer hält z. B. ein Naturpark aus? - aber insbesondere auch auf die psychologische und gesellschaftliche Tragfähigkeit. Wieviel Tourismus können die Einheimischen ertragen? Wann empfinden sie das Gästeaufkommen als zu viel? Die Antwort hängt von den Einheimischen ab, es gibt keine allgemeingültige Definition. Nicht jede Destination, die stark frequentiert ist und zu den touristischen „Hotspots“ zählt, hat zwangsläufig mit Overtourism zu kämpfen. Das Übermaß muss von der lokalen Bevölkerung nicht als solches empfunden werden. Overtourism hängt also stark mit der Akzeptanz durch die Einheimischen in den jeweiligen Situationen zusammen.

Es gilt zu bedenken, dass heutzutage viele Einheimische und Gäste sehr reiseerfahren sind, sodass sich die Suche nach Exklusivität, nach etwas Besonderem, wie ein Grundsatz durch die Motivlagen der Reisenden zieht. Zu viele Menschen an attraktiven Orten machen diese „Exklusivität“ jedoch zunehmend zunichte. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Umstand, dass internationale Zielgruppen zuallererst ein Interesse an den „Hotspots“ haben und international anerkannte Attraktionen besuchen wollen, die dann in der Folge durch gefühlt zu viele Besucher an Attraktivität verlieren.

Wo müssen Maßnahmen, die dem Overtourism entgegenwirken, ansetzen?

Der wichtigste Faktor in der Diskussion um Overtourism ist wie gesagt die Wahrnehmung der Einheimischen. Die Vorstellungen und Erwartungen der einheimischen Bevölkerung sind zu berücksichtigen, wenn es um die Frage geht, welche Art von Tourismus eine Destination in Zukunft haben will und welche Strategien hierfür benötigt werden. Das Destinationsmanagement muss sich viel stärker um die Anliegen der Einheimischen kümmern, als dies in der Vergangenheit der Fall war, und den Dialog suchen und führen, um den Lebensraum so zu gestalten, dass Lebensqualität und Wettbewerbsfähigkeit sichergestellt werden können.

Die Herausforderung liegt in erster Linie in der Steuerung der Touristen und Besucher, ohne dabei Wachstum, insbesondere qualitatives Wachstum, einzugrenzen. Dabei können vor allem die derzeitigen und zukünftigen technologischen Entwicklungen als Chance gesehen werden. So können beispielsweise Apps zur Besucherlenkung eingesetzt werden, um eine bessere Verteilung zu gewährleisten.

Was kann man tun?

Eine Handlungsmöglichkeit liegt in der räumlichen und zeitlichen Entzerrung der Gästeströme durch Besucherlenkungs-systeme, wodurch letztlich dem Gast durch die Vermeidung von langen Warteschlangen und Gedränge auch das Gefühl gegeben wird, gut aufgehoben zu sein. Unter Besucherlenkung werden Maßnahmen zur Beeinflussung von Besuchern hinsichtlich ihrer räumlichen, zeitlichen und quantitativen Verteilung verstanden. Attraktive Angebote in den Nebensaisonen können beispielsweise dazu beitragen, die Spitzenzeiten zu entlasten.

Eine andere Möglichkeit zum Management von touristisch stark besuchten Orten sind konkrete Maßnahmen wie Obergrenzen oder Zugangsbeschränkungen. Diese Beschränkungen sind in Bezug zur ökologischen und sozialen Tragfähigkeit einer Destination bzw. eines Attraktionspunktes zu ermitteln. Touristisch nachhaltiger Erfolg entsteht im Einklang mit der Umwelt und Kultur vor Ort. So können beispielsweise Straßen nur zu bestimmten Zeiten für den Individualverkehr geöffnet bleiben oder der Verkehr durch kontrollierte Frequenzen eingeschränkt werden. Ein Beispiel hierfür ist das Pilotprojekt #Dolomitesvives, das den Verkehr auf der Passstraße am Sellajoch (Südtirol und Trentino) einschränkte (siehe Box).

DUBROVNIK

Historische Attraktionspunkte gelten als Besuchermagnete, vor allem wenn sie den international anerkannten Titel UNESCO-Weltkulturerbe tragen wie die kroatische Hafenstadt Dubrovnik: Sie hat nur 40.000 Einwohner, wird aber jährlich von 1,5 Millionen Urlaubern besucht. Die Stadt versucht nun gemeinsam mit internationalen Reiseveranstaltern, den Touristenmassen durch zeitliche Entzerrung und Zugangsbeschränkungen Herr zu werden. So dürfen seit 2018 weniger Kreuzfahrtschiffe gleichzeitig anlegen. Zudem werden umliegende Städte und Strände als ebenfalls interessante Destinationen beworben, um die Touristenströme räumlich und zeitlich besser zu verteilen.

Quelle: *Tourismus Dubrovnik*



#DOLOMITESVIVES

Eine Kehrseite des Massentourismus ist übermäßiger Verkehr und die damit einhergehende Umwelt- und Lärmbelastung. Nachhaltige Mobilität kann eine Alternative sein. In den Monaten Juli und August 2017 fand die Initiative #Dolomitesvives am Sellajoch statt. Eine Initiative für nachhaltige Mobilität, gefördert von den Autonomen Provinzen Trient und Bozen. Ziel der Regulierung war es, die Qualität des Erlebnisses am Pass durch die Reduktion von Stau, Lärm und Abgasen zu verbessern. Dabei wurde ein Policy-Mix angewandt: An neun Mittwochen im Juli und August wurde die Passstraße von 9 bis 16 Uhr für den motorisierten Individualverkehr gesperrt und ein zusätzliches kulturelles und gastronomisches Angebot am Pass geschaffen. Nur öffentlichen Verkehrsmitteln, Elektrofahrzeugen, Radfahrern und Fußgängern wurde Zugang gewährt. Das Forschungsteam von Eurac Research führte im Rahmen der Initiative ein Monitoring durch, um herauszufinden, wie Einheimische, Gäste und Wirtschaftstreibende die zeitlich limitierte Verkehrsberuhigung erlebten.



Damit solche Maßnahmen allerdings effizient und wirkungsvoll eingesetzt werden können, braucht es entsprechende Daten und Informationen über Touristenströme. Ein Monitoring der Gästebewegungen in einer Region kann hier als Grundlage dienen. Gesetzliche Regelungen können Angebote wie Airbnb kontrollieren und damit helfen, die Beherbergungskapazitäten zu managen. Dies ist schon deshalb wichtig, damit die touristische Nachfrage nicht den Wohnraum für die einheimische Bevölkerung zu sehr verknüpft. Auch über eine gezielte Preispolitik kann Tourismus in qualitativer und quantitativer Hinsicht kontrolliert werden. Unterschiedliche Preise je nach Zeitpunkt ermöglichen es dem Gast, selbst zu entscheiden, wann er kommen bzw. einen Attraktionspunkt besuchen und wieviel er dafür ausgeben möchte. Darüber hinaus können über diverse Taxen Einnahmen generiert werden, um damit negative Folgen des Zuviels an Tourismus auszugleichen (ein Beispiel ist die Ökosteuer auf Mallorca).

MASSNAHMEN UND LÖSUNGSANSÄTZE

Besucherlenkung: räumliche und zeitliche Entzerrung

Konkrete Gegenmaßnahmen wie Festlegung einer Obergrenze

Zugangsbeschränkungen, z.B. zur Verminderung des Verkehrs

Entwicklung alternativer Produkte und Angebote

Monitoring, um auf der Basis konkreter Daten einzugreifen

Regelungen, z.B. um Angebote wie Airbnb zu regulieren

Qualitätstourismus fördern, z.B. über die Preispolitik

Einführung einer Ökosteuer zusätzlich zur Ortstaxe (zur Pflege der Naturlandschaft)

TOURISMUSMONITORING: DAS INSTO NETZWERK DER WELTTOURISMUS-ORGANISATION UND DIE BEOBACHTUNGSSTELLE FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS IN SÜDTIROL



Das „International Network of Sustainable Tourism Observatories“ (INSTO) wurde von der Welttourismusorganisation (UNWTO) im Jahr 2004 ins Leben gerufen; Ziel ist ein regelmäßiges Monitoring des Tourismus auf Destinationsebene durch eine systematische und langfristige Beobachtung der Tourismusperformance und der Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Umwelt und die Wirtschaft. Indem sich Destinationen weltweit vernetzen und voneinander lernen, soll eine Grundlage für zukünftige Standards der Nachhaltigkeit im Tourismus geschaffen werden. Mit der Einrichtung einer Beobachtungsstelle in Südtirol und der Aufnahme Südtirols in das Netzwerk wurden die Voraussetzungen geschaffen, touristische Entwicklungen auf lokaler Ebene systematisch zu beobachten und auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit von den Erfahrungen anderer Destinationen weltweit zu profitieren.

Welche Akteure sollten bei Anzeichen von Overtourism eingreifen?

Dieser Aspekt steht in engem Zusammenhang mit den Maßnahmen. Zuallererst geht es darum, Signale eines gefühlten Zuviels an Tourismus wahrzunehmen und richtig zu deuten. Es mag zwar der Begriff Overtourism keiner sein, den die Tourismustreibenden mit viel Sympathie verwenden, trotzdem kann es angesichts sich ändernder Gesellschaften sinnvoll sein, erste, schwache Signale nicht unter den Tisch zu kehren, sondern proaktiv in die Diskussion einzubringen. Es sind einerseits politische Akteure, die durch gesetzliche Regelungen, z. B. die Raumordnung betreffend, aktiv werden können. Andererseits sind die Tourismusorganisationen gefordert. Kooperation ist in diesem Zusammenhang insbesondere dann wichtig, wenn es darum geht, über Besucherlenkung ein ausgewogenes Verhältnis zwischen hoch frequentierten Attraktionspunkten und Zentren und dem weniger frequentierten Umfeld zu erreichen. Im Umgang mit Overtourism ist es zielführend, in größeren räumlichen Einheiten zu denken und zu handeln. Mehrere Orte eines Gebiets, etwa Städte und die umliegenden Gemeinden, können gemeinsam versuchen, die Gästeströme räumlich zu entzerren. Neben den politischen Akteuren und den Tourismusorganisationen kann allerdings auch die Hotellerie durch eine gezielte Produkt- und Angebotsgestaltung auf das Besucheraufkommen einwirken.

Wie sieht die Situation in Südtirol aus? Kann man hier von Overtourism sprechen?

In den Hochsaisons kann man durchaus von einer Überfüllung an bestimmten Standorten sprechen, vor allem dort, wo die Konzentration von Verkehr (z. B. an den Hauptdurchzugsstraßen und Passstraßen) und Besuchern (etwa an Attraktionspunkten im Weltnaturerbe Dolomiten) besonders hoch ist. Noch ungewohnt ist vielerorts die Zunahme von Gästen aus Übersee und asiatischen Ländern. Da diese Gäste sich zuallererst an den bekannten Attraktionspunkten und „Hotspots“ orientieren, besteht die Herausforderung darin, sie auch mit anderen Attraktionen vertraut zu machen, sodass der Aufenthalt am „Hotspot“ möglichst kurz ist. Generell wird der Touris-

mus in Südtirol als wichtiger Wirtschaftsfaktor der Region wahrgenommen; als Querschnittsbranche hat er positive Auswirkungen auf andere Sektoren und schafft dadurch u. a. viele direkte und indirekte Arbeitsplätze.

Das Destinationsmanagement in Südtirol liegt vorwiegend bei der regionalen Institution IDM (Innovation Development Marketing); die drei im Jahr 2017 geschaffenen operativen DMEs (Destinationsmanagementeinheiten) ermöglichen es, in größeren räumlichen Einheiten zu denken. IDM beschäftigt sich mit dem Thema der Besucherlenkung und arbeitet durch das Zusammenspiel von verschiedenen regionalen und lokalen Akteuren an Lösungsansätzen in besonders besuchten Orten. Dabei wurde auch eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die sich mit der Besucherlenkung in Südtirol beschäftigt.

Für weitere Informationen:
advanced.studies@eurac.edu

ANKÜNFTE UND NÄCHTIGUNGEN IN SÜDTIROL 2007 - 2017



Quelle: ASTAT, 2018