



Wolfgang Georg Artl

# Overtourism als Weckruf für die Tourismusindustrie und die Tourismuswissenschaft



Die Zahl der grenzüberschreitenden Reisen hat sich nach UNWTO-Angaben von unter einer Milliarde noch 2010 auf mehr als 1,32 Milliarden im Jahre 2017 erhöht, von denen erstmals weniger als 50% Europa als Ziel hatten. Für 2030 wird eine weitere Steigerung um 500 Millionen auf mindestens 1,8 Milliarden internationale Reisen gerechnet. Hinzukommen noch die Inlandsreisen, und damit – je nach Definition – noch einmal mindestens zehn Milliarden Reisen. In den letzten Jahrzehnten haben sowohl der Tourismus als auch die Hotellerie von diesem massiven Wachstum profitiert, und das nicht nur bei Umsatz und Arbeitsplätzen, sondern auch, was den Einfluss auf den überwiegenden Teil der Menschen auf unserem Planeten betrifft.

Ob All-inclusive-Aufenthalte in Luxus-Resorts oder zu Omas Geburtstag im Billigflieger: Das Phänomen hat alle Schichten der Gesellschaft erfasst. Es ist dabei dem Tourismus und seinen Anbietern bisher gelungen, das Image der Good Guys aufrechtzuerhalten, die ihren Gästen Freude, Erholung und neue Erfahrungen bieten, der lokalen Bevölkerung eine relativ umweltfreundliche wirtschaftliche Entwicklung sowie Arbeitsplätze und der Menschheit gar Weltoffenheit, Toleranz und Frieden.

Dieses positive Image gerät in den letzten Jahren ins Wanken, insbesondere seit es nicht mehr – nur – die Reisenden sind, die über überfüllte Strände und Innenstädte klagen, sondern sich auch die Bereisten, die Bewohner von Venedig, Barcelona, Cinque Terre, Santorini, Mallorca, Dubrovnik etc. in Europa, Queenstown in Neuseeland, Hong Kong in Asien, Palau im Pazifik und vieler anderer Städte und vor allem Inseln mit Demonstrationen und Tourist-Go-Home-Graffiti ihrem Unmut Luft machen. Dabei sind gelegentlich auch handfestere Aktivitäten zu verzeichnen, wenn etwa in Barcelona Stadtrundfahrt-Busse angegriffen werden oder auf Mallorca Kreuzfahrtgäste mit Pferdemist beworfen werden. Overtourism ist in den letzten zwölf Monaten zum Oberbegriff für dieses „Jetzt reicht’s!“-Gefühl geworden. Overtourism ist, so Dr. Taleb Rifai, der ehemalige Generalsekretär der UNWTO, bei der T-Forum Konferenz am 13. März 2018 in Palma de Mallorca, ein Weckruf für die gesamte Tourismusindustrie und die Tourismuswissenschaft.

Für den internationalen Tourismus ist dabei China das unbestrittene Zugpferd dieser rasanten Entwicklung. Bis 2030 wird die Zahl der chinesischen Auslandsreisenden gemäß den Voraussagen von COTRI China Outbound Tourism Research Institute von jetzt knapp 150 Millionen auf dann mehr als 400 Millionen ansteigen, d.h., 250 Millionen und damit die Hälfte

der zusätzlich 500 Millionen wird aus China kommen. Reisende aus China werden daher oft als ein Teil des Problems angesehen, sie können aber auch, wie dieser Artikel argumentieren wird, als Teil der Lösung verstanden werden.

Vor 20 Jahren beschrieb Jeremy Boissevain in seinem Buch „Coping with tourism – European reactions to Mass Tourism“, wie Malta sich ab den 1960er Jahren, als die Einwohner die Touristen noch mit großer Gastfreundlichkeit und voller Stolz auf ihr einheimisches Erbe empfingen, bis in die 1990er Jahre entwickelte, als Touristen nur noch zu einer Ware geworden waren, zu Euroscheinen auf zwei Beinen, von denen aber die maltesische Wirtschaft fast vollständig abhing. Das Willkommen, so beobachtete Boissevain, hatte sich abgekühlt und war um einiges weniger enthusiastisch geworden. Manchmal kam es sogar zum Streit zwischen Einheimischen und Touristen, etwa wenn diese gegen die einheimische Tradition protestierten, Zugvögel abzuschießen, oder wenn Einheimische sich darüber echauffierten, dass Touristen in Badehose und Badeschuhen die Kirchen betreten.

Der Autor dieses Textes lebte in den 1980ern mehrere Jahre lang auf Malta und erlebte diese Entwicklung somit aus nächster Nähe. Als er jedoch im Mai 2017 für eine UNWTO Masterclass über „Chinesischen Tourismus in der Mittelmeerregion“ nach Malta zurückkehrte, wurde ihm ziemlich schnell klar, dass alles, was in den 1990ern als Überfüllung und schädlich für die lokale Landschaft angesehen wurde, nichts war verglichen mit der Situation, wie sie sich heute darstellt. 2017 verbrachten 2,3 Millionen Besucher insgesamt 16,5 Millionen Nächte auf dem Inselstaat mit seinen gerade einmal 430.000 Einwohnern. Verglichen mit den 1990ern hat sich allerdings nicht nur die Anzahl der Besucher mehr als verdoppelt: Während die britischen Arbeiterfamilien, die den Großteil der Besucher ausmachten, in ihren Strandhotels in Bugibba blieben



und den Rest der Insel mehr oder weniger in Ruhe lieben, besuchen die Touristen aus aller Welt heute die überall auf der Insel verstreuten Kirchenfeste und prähistorischen Tempel.

## Overtourism als globales Phänomen

2017 sollte nach Willen der UNWTO unter dem Motto Travel-Enjoy-Respect als „Jahr des Nachhaltigen Tourismus“ begangen werden. Allerdings entwickelte sich nicht Nachhaltiger Tourismus, sondern Overtourism zum Schlagwort der globalen Diskussion rund ums Reisen im vergangenen Jahr. 2012 wurde der hashtag #overtourism erstmalig auf Twitter benutzt, aber erst seit dem Sommer 2017 fand der Begriff in der breiteren Öffentlichkeit wie auch in Fachkreisen größere Bedeutung. Hunderte von Medienbeiträgen gaben dem Unmut der Einheimischen über die nicht endenden wollenden Ströme von Airbnb-Nutzern, Kreuzfahrttouristen und anderen Touristen eine Plattform. „Tourists loving tourism destinations to death“, aber auch „acht Orte, an denen Touristen am meisten gehasst werden“ und „12 places you shouldn't travel to in 2018“ waren dabei typische Überschriften. Panels auf wissenschaftlichen Konferenzen in Reykjavik und Dublin 2017 und zuletzt im Februar 2018 an der University of Greenwich und im März 2018 beim T-Forum Kongress in Palma de Mallorca erkoren das Thema zum Schwerpunkt ihrer Diskussion. Beim Tourismus-Kongress anlässlich der ITB Berlin 2018 im März beschäftigten sich gleich drei große Foren mit der Problematik.

In der wissenschaftlichen Diskussion hat man sich mehrheitlich auf die Definition geeinigt, die Harold Goodwin, Professor für Responsible Tourism an der Manchester Metropolitan University im Oktober 2017 vorgelegt hat: Von Overtourism betroffen sind danach „(...) destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably“.<sup>1</sup>

Es geht dabei gerade nicht, wie es z.B. eine im Dezember 2017 von McKinsey und der WTTC publizierte Studie unter dem Titel „Coping with success – Managing overcrowding? in tourism destinations“ behauptet, um eine Sonderform des „Overcrowding“. Reisende haben sich immer schon darüber beschwert, dass die anderen Gäste stören würden, bis hin zu den sprichwörtlichen Handtuch-Schlachten am Pool zwischen deutschen und britischen Poolnutzern. Dabei sind jedoch die anderen Touristen auch eine Bereicherung der eigenen Reiseerfahrung. Eine noch unveröffentlichte Studie des Autors in Zusammenarbeit mit Prof. Markus Schuckert an der Hong Kong Polytechnical University hat gezeigt, dass westliche Besucher die zahllosen festlandschinesischen Touristen in Hong

Kong nicht als störend empfinden, da sie Menschenmengen als Teil des Flairs einer ostasiatischen Großstadt erwarten. Die Bewohner Hong Kongs dagegen haben eine diametral andere Meinung dazu und bringen diese auch zum Ausdruck.

## Von Good Guys zu „Belagerungszuständen“

Das eben ist das neue und durchaus bedrohliche Phänomen: Die Tourismusindustrie hat jahrzehntelange Erfahrung in der Beeinflussung der Erwartungshaltung und der Wahrnehmung der Gäste, sich aber bisher kaum über den Hinweis auf die bereitgestellten Arbeitsplätze und lokalen Steuereinnahmen hinaus um die Gastgeber gekümmert. Durch den Erfolg von Airbnb und ähnlichen Anbietern ist dazu in den letzten Jahren ein Wettbewerb um Mietwohnungen entstanden, der Bewohner und Touristen nicht mehr nur um Parkplätze und Sitze im Café konkurrieren lässt. Die Nutzung von Wohnraum zur kurzfristigen Vermietung verringert die Zahl der Wohnungsangebote für die Einheimischen und bringt zudem die Touristen in Gegenden, die bislang außerhalb der Tourist Bubble lagen. Städtetourismus entwickelt sich immer mehr zum jahreszeitenunabhängigen Phänomen. Musical- und Museumsbesuchern ist das Wetter relativ egal, die Einwohner haben keine Pause mehr im wahrgenommenen „Belagerungszustand“.

Dieser Ärger über zu viele Besucher in Verbindung mit globalen (Langstreckenflüge) und lokalen (Wasserverbrauch) Umweltschutz-Bedenken und wachsendem Nationalismus lässt die Gefahr wachsen, dass die Freizeit- und Tourismus-Branche nicht länger als Good Guys, die für Spaß sorgen und Arbeitsplätze schaffen, angesehen werden, sondern als profitgierige Monster, die nicht nur die Umwelt, sondern auch die kulturelle Identität zerstören, indem sie Einheimische aus den Stadtzentren und von den Stränden vertreiben.

Durch die nationalistische Politik in den USA, aber auch in einigen osteuropäischen Ländern, könnten sich zur Kritik an der Umwelt-Schädlichkeit des Freizeit-Tourismus einerseits Fremdenangst und andererseits der Aufruf, als guter Patriot sein Geld im eigenen Land auszugeben, gesellen. Zudem fügt der Kampf gegen Uber und Airbnb seitens des größeren Teils der Tourismus- und Hotel-Branche dem positiven Image weiteren Schaden zu, da er auch als Besitzstandswahrung der Reichen gegenüber der Sharing Economy der weniger Wohlhabenden aufgefasst werden kann. Mischt man in diesen Cocktail noch die Angst vor Terrorismus und eingeschleppten Tropen-Krankheiten, könnte ein Paradigmenwandel kontra internationalen Tourismus ausgelöst werden, der über die sozialen Medien und das Internet schnell an Zustimmung gewinnen könnte.

## Paradigmenwechsel im internationalen Tourismus?

„Der Tourismus zerstört, was er sucht, indem er es findet“, schrieb Hans-Magnus Enzensberger bereits 1958 in seinem Text „Vergebliche Brandung der Ferne. Eine Theorie des Tourismus.“ Barcelona hat 2017 der Vergabe neuer Hotel-Lizenzen einen Riegel vorgeschoben, was jedoch nicht viel nützt, da

<sup>1</sup> Responsible Tourism Partnership Working Paper, October 2017: Harold Goodwin: The Challenge of Overtourism ([http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP\\_WP4Overtourism01%272017.pdf](http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP_WP4Overtourism01%272017.pdf))

<sup>2</sup> <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success--managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf?la=en>

nur 25% der Besucher in Barcelona Übernachtungsgäste sind. Venedig hat große Kreuzfahrtschiffe verbannt (und dann doch wieder zugelassen) und diskutiert die Einführung eines neuen Ticketsystems für den Bereich rund um den Markusplatz. Verschiedenste Orte wie Cinque Terre, Machu Picchu, Santorini und der Mount Everest limitieren die Anzahl der Besucher pro Tag oder Jahr. Allen diesen Versuchen ist jedoch eine gewisse Hilflosigkeit deutlich anzumerken.

Die bereits genannte McKinsey/WTTC-Studie versucht, statistische Instrumente zur Messung des Phänomens zu entwickeln, indem u.a. die Zahl der Besucher pro Quadratkilometer berücksichtigt wird oder der Prozentsatz der wichtigsten Sehenswürdigkeiten, die historische Bedeutung haben. Dieser Versuch, einem Gefühl mit quantitativen Methoden beizukommen, scheitert, wie nicht verwundern wird, bei der Anwendung am Beispiel Barcelona jämmerlich. Qualitativen-Phänomenen, wie Gefühlen, allein mit quantitativen Methoden beikommen zu wollen, kann nur scheitern, wie auf der T-Forum Konferenz auch von Jafar Jafari, jahrzehntelang Herausgeber der Annals of Tourism Research, betont wurde.



Abb. 1: To-Do-List an Häuserwand in Berlin (Foto: Jost)

## Welche Lösungen bieten sich also an?

Bereits 1996 schrieb Jeremy Boissevain in seiner Diskussion der Entwicklung in Malta darüber, dass die nationalen Tourismus-Organisationen darauf hoffen, mehr „Qualitätstouristen“ anzulocken. „Diese sagemumwobenen Besucher, die von den Planern als wohlhabender und kultivierter angesehen werden (Charakteristiken, die keineswegs miteinander in Zusammenhang stehen), werden von den nationalen Tourismus-Organisationen weltweit intensiv umworben. Sie werden weithin als der Schlüssel angesehen, Destinationen von der entnervenden Abhängigkeit von Horden knauseriger Pauschaltouristen zu befreien.“ (Boissevain 1996, S. 3).

Sieben Lösungsansätze finden sich in den Diskussionen um die Lösung des Problems Overtourism, das sich bei weiter steigenden weltweiten Touristenzahlen nicht von alleine verflüchtigen wird:

- Yield management – Knappe Güter erzielen hohe Preise;
- Ausländische Besucher abschrecken, Reisen wieder teurer machen;
- If you can't make it – fake it;
- Existenz des Problems leugnen;
- World Heritage gehört allen – Einheimische müssen Gäste akzeptieren oder wegziehen;
- Vergrößerung durch Einbeziehung der Nachbardestinationen;
- Dispersion von Wiederholungsbesuchern in Zeit und Raum.

### Yield management – Knappe Güter erzielen hohe Preise

Es gibt rund 2.100 Gemälde und Zeichnungen, die Vincent Van Gogh zugeschrieben werden. Wenn sehr viele Sammler und Museen einen Van Gogh besitzen wollen, dann steigt der Preis so hoch, dass der Kauf eines Van Gogh für alle Nicht-Millionäre unmöglich wird. Die Zahl der Eintrittskarten für ein Spiel des FC Barcelona oder ein Konzert der Rolling Stones ist fix. Die naheliegendste Lösung ist also, in einem Kompromissfindungsprozess die Interessen von touristischen Dienstleistern und Anwohnern auszutarieren und dann z.B. pro Tag nur noch 5.000 Eintrittskarten für die Altstadt von Dubrovnik zu verkaufen oder zu versteigern. Aber: Wahrscheinlich kaufen die Kreuzfahrtunternehmen und Reiseveranstalter das gesamte Kontingent auf und Einzelreisende sowie die Freunde und Verwandten der Einheimischen bleiben vor der Tür. Restaurants und Souvenirshops verlieren Umsatz und reduzieren entsprechend Arbeitsplätze und Steueraufkommen. **Ergebnis:** Politisch in einer Demokratie und Marktwirtschaft nicht durchsetzbar. Es wäre zudem fraglich, welche Zugangslösung als gerecht anzusehen wäre.

### Ausländische Besucher abschrecken, Reisen wieder teurer machen

Eine andere ökonomische Lösung zielt in eine ähnliche Richtung: Der holländische Tourismuswissenschaftler Paul Peeters, Professor für Sustainable Transport and Tourism an der NHTV Breda, forderte schon 2012, dass Amsterdam das internationale Tourismusmarketing einstellen sollte und sich auf per Fahrrad oder Bahn anreisende Gäste aus dem Inland oder den Nachbarländern konzentrieren sollte. Billigfluglinien wie Easyjet, Ryanair, Air Asia oder Norwegian sollen durch höhere Steuern auf Kerosin und höhere Landegebühren davon abgehalten werden, billige Flüge anzubieten, wodurch sich die Zahl der internationalen Gäste vermindern würde. **Ergebnis:** Wie bei der ersten Lösung scheint auch dieser Ansatz politisch in einer Demokratie und Marktwirtschaft nicht durchsetzbar. Dazu kommt die Tatsache, dass in fast allen Fällen die Mehrheit der Gäste Inlandstouristen sind.

### If you can't make it – fake it

Die Royal Caribbean Cruise Co. hat schon vor Jahren CocoCay Island installiert, eine tropische Paradiesinsel mit der richtigen



Sorte Palmen und ohne Taschendiebe, Drogenhändler oder Prostituierte – da alle Einwohner Angestellte von Royal Caribbean sind, die nur während der Anwesenheit der Kreuzfahrtgäste so tun, als wären sie Einheimische. Man könnte entsprechend den verbleibenden 1.500 Einwohnern der Altstadt von Dubrovnik schlicht Geld dafür bezahlen, dass sie weiter ihren normalen pittoresken Tätigkeiten nachgehen und sich nicht mehr darüber beschweren, wenn die betrunkenen Touristen nachts lärmern und in die Vorgärten urinieren. **Ergebnis:** Teuer, nicht überall anwendbar und, da auf Freiwilligkeit basierend, in demokratischen Ländern kaum durchsetzbar. Zudem würde die „Authentizität“ leiden.

## Existenz des Problems leugnen

Jim Butcher, Lehrkraft an der Canterbury Christ Church University in England, erklärt Overtourism zum First-World-Problem, das dazu benutzt wird, den weniger entwickelten Ländern die Entwicklung ihrer touristischen Kapazitäten zu verwehren. Sein Fazit: „Critics of overtourism need a holiday.“<sup>3</sup> **Ergebnis:** Der Tiger bleibt da, auch wenn man die Hände vor die Augen hält.

## World Heritage gehört allen – Einheimische müssen Gäste akzeptieren oder wegziehen

Ein gegenteiliger Ansatz berücksichtigt die Tatsache, dass fast alle an Overtourism leidenden Destinationen von der UNESCO den World-Heritage-Status verliehen bekommen haben. Diese Orte, so die UNESCO, gehören allen Menschen auf der Welt, unabhängig vom Territorium, auf dem sie sich befinden. Daraus kann man schließen, dass die Einheimischen nicht das Recht haben, den Zugang in irgendeiner Weise zu beschränken. Entweder sie sind stolz auf den Status ihrer Heimat und teilen sie mit einer unbegrenzten Menge an Gästen oder sie ziehen eben woanders hin, basta! **Ergebnis:** Mit diesem Wahlprogramm wird man bestimmt nicht Bürgermeister. Die politische Macht geht – in welcher Form auch immer – von den Einheimischen aus und auch die UNESCO wird eine solche Position der Disneyfication nicht mittragen.

## Vergrößerung durch Einbeziehung der Nachbardestinationen

I am sterdam, die Organisation, die sich um die Tourismusentwicklung in der Stadt kümmert, bezieht seit 2015 in stärkerem Maße außenliegende Stadteile und Anbieter mit ein. Zum Beispiel wurde der Strand von Zandvoort, 25 km von Amsterdam entfernt an der Nordsee liegend, in Amsterdam Beach umbenannt. Kopenhagen und Malmö vermarkten sich seit der Vereinigung durch die Öresund-Brücke als Greater Copenhagen und bringen damit Kopenhagen-Besucher dazu, sich auch für Ausstellungen, Konzerte usw. auf der anderen Seite des Sunds zu interessieren. **Ergebnis:** Gute Idee, aber nicht immer umsetzbar und nur möglich am Ende eines langen Überzeugungsprozesses.

## Dispersion von Wiederholungsbesuchern in Zeit und Raum

Saisonalität und Konzentration auf wenige Destinationen und Attraktionen sind die Elephants in the room für die Tourismusbranche, ein schwerwiegendes Problem, das für schlechte oder fehlende Arbeitsplätze und geringere Investitionserträge verantwortlich ist. Auch beim Overtourism würden sich die Probleme fast überall in Luft auflösen, wenn ein größerer Raum und alle Jahreszeiten einbezogen würden. Gerade Wiederholungsbesucher kann man mit gezielter Produktentwicklung und besserem Storytelling zu anderen Zeiten an andere Orte locken. An dieser Stelle tauchen wieder die Gäste aus China auf – 50% des Zuwachses zwischen jetzt und 2030, wir erinnern uns. Diese Gäste haben in der Regel weniger vorgefasste Meinungen, wann die „Saison“ für eine Reise nach XY ist und akzeptieren eher neue Aktivitätsvorschläge, da sie die „üblichen“ gar nicht kennen. In Davos und Sankt Moritz sperren die meisten Hotels in der „Zwischensaison“ im Mai und Juni zu, weil es mit dem Skifahren vorbei ist und die rechte Wanderzeit noch nicht angefangen hat. Für chinesische Gäste dagegen sind frische Bergluft und blauer Himmel Anreiz genug, wenn es einige auf sie zugeschnittene Aktivitäten in diesen Monaten gibt, gerne auch in den Nachbarorten. **Ergebnis:** Eine zielgerichtete Unterstützung der räumlichen wie zeitlichen Dispersion scheint die einzige realistische Lösung für den Overtourism zu sein, wenn man nicht die schönsten Destinationen nur noch wohlhabenden Besuchern zugänglich machen will und Downsizing angesichts getätigter Investitionen in touristische Infrastruktur und mangelnder Beschäftigungsalternativen kaum möglich ist. Um dies umzusetzen, bieten chinesische Gäste, vor allem die Wiederholungsbesucher, eine Möglichkeit, die man nicht ungenutzt lassen sollte.

Prof. Dr. Wolfgang Georg Arlt FRGS FRAS  
Professor für International Tourism Management an der  
FH Westküste in Heide/Holstein; Direktor des COTRI China  
Outbound Tourism Research Institute in Hamburg

## Quellen:

Boissevain, Jeremy (1996): Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism, Berghahn Books

<sup>3</sup> <http://www.spiked-online.com/newsite/article/in-praise-of-the-holiday-revolution/20438#.Wn11bX2yAm8>