



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
WIEN
Vienna University of Technology

Diplomarbeit

Overtourism: Analyse, Auswirkungen und Anpassungsstrategien

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades des Diplom-

Ingenieurs unter der Leitung von

Ao.Univ.Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Wolfgang Feilmayr

E 280 Fachbereich für Stadt- und Regionalforschung

Eingereicht an der Technischen Universität Wien Fakultät für Architektur und

Raumplanung

Von

Roland Kowarz, BSc

01127289

Wien, am 16.10.2020

Kurzfassung

Das exponentielle Wachstum im internationalen Tourismus hat zur Folge, dass in immer mehr Destinationen die Grenze der Tragfähigkeit überschritten wurde. Sowohl kleine Orte wie Hallstatt, als auch große Städte wie Amsterdam sind davon betroffen. Touristische Destinationen sehen sich zunehmend mit einer Reihe problematischer Auswirkungen durch übermäßigen Tourismus konfrontiert, wie beispielsweise Overcrowding oder steigende Mieten. Es gibt dabei einerseits viele Überschneidungen, andererseits aber auch örtliche Unterschiede in der Art und Intensität. Die verschiedenen Auswirkungen führen insgesamt jedenfalls zu sinkender Lebensqualität für die ortsansässige Bevölkerung und letztlich sinkender Tourismusakzeptanz. Ein Zustand der als Overtourism bezeichnet wird. Für davon betroffene Destinationen ist Handlungsbedarf gegeben. Es können dabei verschiedene Strategien und Maßnahmen herangezogen werden um auf Overtourism zu reagieren. Dabei ist es allerdings notwendig, dass die konkreten Problemlagen einer Destination analysiert werden, um individuell passende Maßnahmen für die jeweilige Situation zu entwickeln. Verschiedene Beispiele aus vorrangig europäischen Overtourism-Destinationen veranschaulichen die unterschiedlichen Auswirkungen und zeigen mögliche Handlungsansätze auf.

Abstract

The exponential growth in international tourism has led to a situation in which the carrying capacity of more and more destinations is exceeded. This concerns small villages as well as cities like Amsterdam. Tourist destinations are confronted with an increasing number of problematic effects, like rising rents or overcrowding, caused by an unsustainable amount of tourism. On the one hand there are many similarities but on the other hand also local differences regarding the types and intensity of these effects. The impacts of too much tourism lead to lower quality of life for residents and ultimately they lower the acceptance of tourism in the host population. This state is called overtourism. Destinations which are experiencing overtourism have to act. There are different possible strategies and measures to address this issue. When doing so, it is necessary to analyse the specific impacts and problems a destination is confronted with, so that specific measures can be developed. Different examples, mainly from European overtourism-destinations show the different impacts and possible ways to react.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Einleitung	6
Hintergrund, Relevanz und Problemstellung	6
Forschungsfragen	6
Zielsetzung und Methodik	7
Aufbau und Kapitelübersicht	8
1 Tourismus: Definitionen, Basiszahlen und Auswirkungen	9
1.1 Geschichtliche Entwicklung des Tourismus und heutige Situation.....	9
1.1.1 Definition „Tourismus“	9
1.1.2 Geschichtliche Entwicklung	10
1.1.3 Aktueller Stellenwert des Tourismus.....	12
1.1.4 Tourismus und Raumplanung.....	16
1.2 Auswirkungen des Tourismus auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft.....	18
1.2.1 Wirtschaft.....	18
1.2.2 Umwelt.....	21
1.2.3 Gesellschaft	25
2 Overtourism: Definitionen und Ursachen.....	28
2.1 Definition „Overtourism“	28
2.2 Entstehung von Overtourism	32
2.2.1 Exponentielles Tourismuswachstum	33
2.2.2 Treiber des Wachstums.....	36
3 Overtourism: Kennzeichen und Auswirkungen.....	43
3.1 (Over-) Crowding.....	44
3.2 Überlastete Infrastruktur	46
3.3 Touristifizierung	47

3.4 Steigende Mieten und Preise	50
3.5 Beeinträchtigungen der Umwelt und Beschädigungen historischer Bausubstanz	54
3.6 Verhalten der TouristInnen.....	56
3.7 Sinkende Tourismusakzeptanz.....	58
4 Overtourism: Anpassungsstrategien und Maßnahmen	62
4.1 Wachstumsreduktion.....	62
4.1.1 Preismaßnahmen	63
4.1.2 De-Marketing	64
4.1.3 Obergrenzen und Zugangsbeschränkungen	64
4.2 Wachstumsmanagement	67
4.2.1 Zeitliche Verteilung fördern	67
4.2.2 Räumliche Verteilung fördern	68
4.2.3 Zielgruppenorientiertes Marketing	70
4.2.4 Ausbau von Infrastruktur.....	72
4.3 Bewusstseinsbildung.....	72
4.4 Rechtliche Regulierung	74
4.4.1 Spezifische Verbote	74
4.4.2 Regulierung von Kurzzeitvermietungen.....	75
4.5 Tourismuskonzept.....	77
5 Fallbeispiel Salzburg	79
Tourismusstatistik.....	80
5.1 Auswirkungen	83
5.2 Strategien und Maßnahmen	86
5.3 Analyse und Schlussfolgerungen.....	90
6 Schlussfolgerungen, Fazit, Ausblick, Ergebnisse	92
Literaturverzeichnis.....	96

„Der Tourismus zerstört das, was er sucht, indem er es findet.“

- Hans Magnus Enzensberger

Vorwort

Die vorliegende Diplomarbeit ist Großteils vor dem Ausbruch der COVID-19 Pandemie verfasst worden. Dieses Ereignis hat auch auf den Tourismus gravierenden Einfluss und führte dazu, dass dieser in noch nie dagewesener Weise, weltweit zum Erliegen gekommen ist. Zum Zeitpunkt der Abgabe ist noch unklar, wie sich die Situation weiter entwickeln wird. Es ist anzunehmen, dass durch diese Pandemie zumindest kurz- bis mittelfristig Auswirkungen auf den Tourismus gegeben sein werden. Es ist nicht abschätzbar, wann sich die Lage komplett normalisiert haben wird und wie nachhaltig die Tourismuswirtschaft dadurch geschädigt wurde. Zumindest für eine gewisse Zeit, wird es wohl zu einem starken Rückgang der BesucherInnenzahlen kommen und damit vorerst auch die Thematik Overtourism, bis zu einem gewissen Grad, vorläufig irrelevant werden. Nachdem die weitere Entwicklung und die konkreten Folgen im Moment unklar sind, wird dieses Ereignis in der Bearbeitung noch nicht berücksichtigt und die Arbeit so verfasst, wie ursprünglich vorgesehen.

An dieser Stelle möchte ich mich auch bei meinem Betreuer Wolfgang Feilmayr, sowie Familie und Freunden für die Unterstützung bei der Erstellung dieser Arbeit ganz herzlich bedanken.

Einleitung

Hintergrund, Relevanz und Problemstellung

Meist wird im raumplanerischen Zusammenhang von Tourismus in positiver Hinsicht gesprochen, als Wirtschaftsfaktor, Arbeitgeber, Impulsgeber in der Regionalentwicklung und auch in der allgemeinen Wahrnehmung herrschte jahrzehntelang ein ähnliches Bild vor. Neue Nächtigungsrekorde wurden von den Destinationen stolz als Erfolg verkündet. In den letzten Jahren tauchte jedoch immer öfter der Begriff „Overtourism“ sowohl in der medialen Berichterstattung, als auch der wissenschaftlichen Literatur auf. Der Begriff wird dabei schon teils inflationär gebraucht, sodass Unklarheit über die tatsächliche Bedeutung herrscht. Grob übersetzt „Übertourismus“, also ein Überfluss an Tourismus, der nicht mehr tragbar ist und problematische Auswirkungen im Vordergrund der Betrachtung stehen. Dieses Phänomen scheint Orte und Städte weltweit vor nie dagewesene Herausforderungen zu stellen, da der Tourismus in seiner heutigen Form beträchtliche Auswirkungen verschiedener Art mit sich bringt, welche unter anderem Einfluss auf die räumliche und soziale Struktur haben und somit von großer raumordnerischer Relevanz sind. Es mehren sich Berichte von Menschen, die sich in ihrem eigenen Wohnort nicht mehr zu Hause fühlen, steigenden Mieten und Preisen, überlasteten Infrastrukturen, Umweltproblemen und vielen anderen Belastungen, die letztendlich dazu führen, dass in immer mehr Destinationen die Stimmung in der Bevölkerung in Hinblick auf den Tourismus zu kippen scheint.

Forschungsfragen

Aus dieser Problemstellung ergeben sich folgende Forschungsfragen:

- Welche Bedeutung und Auswirkungen hat Tourismus in verschiedenen Aspekten?
- Was konkret ist unter „Overtourism“ zu verstehen und handelt es sich dabei tatsächlich um ein neues Phänomen?
- Wie kommt Overtourism zustande und welche Faktoren begünstigen eine Entwicklung in diese Richtung?
- Wie wirkt sich das Phänomen Overtourism auf betroffene Destinationen und die Lebensverhältnisse der dort wohnhaften Menschen aus?
- Welche Möglichkeiten gibt es, um auf Overtourism zu reagieren?

Zielsetzung und Methodik

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist, in einer holistischen Betrachtungsweise, eine übersichtliche, aber umfangreiche und differenzierte Einführung zur Thematik Overtourism aus der EinwohnerInnenperspektive zu geben. Die Arbeit soll den aktuellen Stand der Forschung aufzeigen und einen Überblick über die aktuelle Situation schaffen. Dazu sollen Definitionen geklärt und die, diesem Phänomen zugrunde liegenden, Ursachen beleuchtet werden. Im Zentrum steht eine Analyse und Kategorisierung verschiedener Auswirkungen, die übermäßiger Tourismus mit sich bringt und möglicher Strategien und Maßnahmen, die eine Reduktion der Belastungen zum Ziel haben. Zur Konkretisierung und besseren Veranschaulichung sollen internationale Beispiele betroffener Destinationen herangezogen werden. Wobei der Fokus grundsätzlich auf der touristischen Situation in Europa liegt und anhand von Hallstatt, sowie des Fallbeispiels Salzburg, Overtourism in Österreich beleuchtet wird. Außerdem liegt ein Schwerpunkt der Arbeit in der Auseinandersetzung mit städtischen Destinationen, die noch komplexere Problemlagen aufweisen, als reine Tourismusorte. Aber auch kleinere Destinationen werden in die Betrachtung miteinbezogen. Durch die vielen unterschiedlichen Beispiele soll eine breite Übersicht gegeben und ein Vergleich zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden ermöglicht werden. Als Grundlagenarbeit sollen auch Anknüpfungspunkte und Inspiration für weitere vertiefte Forschungsarbeiten, zu diesem noch recht jungen Thema geschaffen werden.

Methodisch wird hauptsächlich mit einer Literaturrecherche gearbeitet und ergänzend werden Artikel und Interviews von Zeitungen und anderen journalistischen Plattformen herangezogen. Ursprünglich waren auch qualitative ExpertInneninterviews für das Fallbeispiel Salzburg angedacht. Die Interviewanfragen an den ressortzuständigen Bürgermeister Harald Preuner, den Tourismussprecher der Grünen, Markus Grüner-Musil, sowie die Tourismus Salzburg GmbH blieben leider unbeantwortet. Interviews mit BewohnerInnen wurden außerdem durch die Corona-Pandemie erschwert und es war zu befürchten, dass diese Situation außerdem zu einer Verzerrung in der Wahrnehmung führen würde. Die nötigen Informationen konnten allerdings auch über bereits verfügbare Inhalte in den Medien generiert werden. Zudem dies erlaubte dies eine Betrachtung, wie sich Sichtweisen verantwortlicher Personen und die Problemwahrnehmung über die Zeit verändert haben.

Aufbau und Kapitelübersicht

1 Tourismus: Definitionen, Basiszahlen und Auswirkungen

Im ersten Kapitel findet eine Heranführung an die Thematik statt, indem das Phänomen Tourismus definiert, ein kurzer geschichtlicher Überblick gegeben, die wirtschaftliche Bedeutung, sowohl international als auch in Österreich dargestellt wird und Anknüpfungspunkte zwischen den Querschnittsmaterien Raumplanung und Tourismus aufgezeigt werden. Zudem wird auf die positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht eingegangen.

2 Overtourism: Definitionen und Ursachen

Kapitel 2 beschäftigt sich konkret mit dem Phänomen Overtourism ein. Zu Beginn findet eine Auseinandersetzung mit der Definition statt und in weiterer Folge werden die Gründe hinter der Entstehung beleuchtet, sowie Faktoren aufgezeigt, die eine Entwicklung hin zu Overtourism antreiben.

3 Overtourism: Kennzeichen und Auswirkungen

Im nächsten Kapitel wird eine ausführliche Analyse von Overtourism hinsichtlich Kennzeichen und der verschiedenen Auswirkungen durchgeführt. Diese überschneiden sich teilweise, wurden aber so gut wie möglich in mehreren Unterpunkten kategorisiert. Hier wird dargestellt, welche Folgen übermäßiger Tourismus für betroffene Destinationen haben kann und dabei Beispiele zur besseren Veranschaulichung angeführt.

4 Overtourism: Anpassungsstrategien und Maßnahmen

Daran anschließend werden mögliche Strategien und konkrete Maßnahmen vorgestellt, mit denen auf Overtourism reagiert werden kann. Auch hier werden Beispiele aus betroffenen Destinationen dargelegt, die bereits umgesetzt wurden oder angedacht sind.

5 Fallbeispiel Salzburg

Im letzten Kapitel wird mit Salzburg Stadt ein österreichisches Fallbeispiel analysiert, um die Auswirkungen und die Reaktion anhand einer spezifischen Destination darzustellen. Es werden die konkreten Herausforderungen und die Vorgehensweise der Verantwortlichen beschrieben, sowie Erkenntnisse der Arbeit angewandt und in Relation gesetzt.

1 Tourismus: Definitionen, Basiszahlen und Auswirkungen

1.1 Geschichtliche Entwicklung des Tourismus und heutige Situation

1.1.1 Definition „Tourismus“

Die Wortherkunft ist ursprünglich im Griechischen zu suchen und gelangte über das Lateinische und in weiterer Folge über das Französische „tour“ ins Deutsche. Die Bedeutung ist im Wesentlichen: „eine Rundung, eine zum Ausgangspunkt zurückkehrende Wendung“.

Andere im deutschen Sprachraum geläufige Begriffe, die oft synonym mit Tourismus verwendet werden, sind der „Reiseverkehr“ und „Fremdenverkehr“. Während Reiseverkehr sehr unspezifisch nur die Bewegung vom Wohnort an einen anderen Ort meint, also auch Auswanderung und Flucht umfasst, hat Fremdenverkehr eine teils negative Konnotation. Mit dem Adjektiv „fremd“ werden die Aspekte unbekannt und unvertraut verbunden. Fremdenverkehr wird daher oftmals für die Perspektive der Gastgeber verwendet, also es kommen Fremde in den eigenen Ort zu Besuch. Tourismus hingegen ist gebräuchlicher um Reisen an andere Orte, als den eigenen Wohnort, also die Mobilität nicht-fremder Personen aus der eigenen Umwelt zu beschreiben. (vgl. Mundt 2013, 1 f.) Aus diesen Gründen und insbesondere weil der Tourismusbegriff außerdem in anderen europäischen Sprachen in leicht abgewandelter Form, etwa englisch „tourism“, ebenfalls Verwendung findet, wird in der vorliegenden Arbeit Tourismus verwendet, um das Phänomen zu bezeichnen, bei dem Menschen ihren Wohnort verlassen und sich vorübergehend an einem anderen Ort aufhalten.

Es gibt zwar eine Vielzahl an Definitionen des Tourismusbegriffs, eine grundlegende und oft verwendete, die auch für diese Arbeit herangezogen wird, ist jene der Welttourismusorganisation (UNWTO 1993): „Tourismus umfasst die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.“ Hier zeigt sich, dass es verschiedene Arten von Tourismus gibt. Neben klassischen Freizeitreisen sind auch solche möglich, denen andere Motive zu Grunde liegen. Im Zusammenhang mit dem Thema Overtourism sind aber vor allem Urlaubsreisen relevant.

In weiterer Folge besteht Tourismus nach Freyer (2015, S. 3) aus drei konstitutiven Elementen:

- Einem **Ortswechsel** vom normalen Aufenthaltsort, an einen anderen Ort, mittels verschiedener Verkehrsmittel.
- Dem temporären **Aufenthalt** an diesem fremden Ort, der nach einer gewissen Zeit wieder beendet wird.
- Den **Motiven** hinter diesem Ortswechsel.

Um von Tourismus zu sprechen, braucht es also einen Ortswechsel, eine gewisse Aufenthaltsdauer und ein Motiv dafür. Während diese drei Elemente immer erforderlich sind, gibt es verschiedene mögliche Ausprägungen davon, sowie unterschiedliche Sichtweisen, ab welcher Ausprägung es sich um Tourismus handelt und Aktivitäten in weiterer Folge dann in touristischen Untersuchungen und Statistiken enthalten sind. Vor allem über die Reisedauer, sowie die Entfernung gibt es Uneinigkeiten. Eine gängige Auffassung ist aber, dass Tourismus bei einer Übernachtung beginnt und bis zu einem Jahr dauert. Bezüglich Entfernung, werden meist Reisen, die über die nähere Wohnumgebung hinausgehen, zum Tourismus gezählt. (vgl. Freyer 2015, S. 3f.)

Eine wichtige begriffliche Unterscheidung, die für die statistische Erfassung des Tourismus relevant ist, ist die von „BesucherInnen“, welche in TouristInnen und TagesbesucherInnen unterteilt werden. TouristInnen sind dabei „übernachtende BesucherInnen“, die also zumindest eine Nacht am besuchten Ort verbringen, während TagesbesucherInnen keine Übernachtung tätigen. (vgl. Freyer 2015, S. 6)

Diese Unterscheidung ist für die vorliegende Arbeit von hoher Relevanz, da TagesbesucherInnen oftmals in Tourismusstatistiken gar nicht betrachtet werden, jedoch für das Phänomen Overtourism in großem Maß verantwortlich sind.

1.1.2 Geschichtliche Entwicklung

Tourismus ist wohl genauso alt, wie die menschliche Kultur selbst. Belege für Reisen, also Ortswechsel, deren Motive im Zeitvertreib, der Erfahrungserweiterung und Erholung zu suchen sind, gibt es bereits aus der ägyptischen Hochkultur und der Antike. (vgl. Gyr 2010) Ein erster Vorläufer des modernen Tourismus war die „Grand Tour“. Dabei handelte es sich um eine von jungen Adeligen im 17. und 18. Jahrhundert durchgeführte Bildungsreise, bei der bereits das Vergnügen ein starker Aspekt war. Die Grand Tour erfolgte nach der Ausbildung,

dauerte zwei bis drei Jahre und sollte vor dem Beginn des Berufslebens mit fremden Kulturen vertraut machen. (vgl. Freyer 2015, S. 14)

Diese Epoche des Tourismus in Europa bis ca. 1850 wird als Vorphase bezeichnet. Beginnend 1850 bis 1914 dauerte die Anfangsphase des neuzeitlichen Tourismus. Diese baute im Wesentlichen auf der Entwicklung und Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur, sowie dem höheren Wohlstand durch die Industrialisierung auf. In relativ kurzer Zeit entwickelte sich der Tourismus in dieser Zeit zu einer eigenen Wirtschaftsbranche. (vgl. Freyer 2015, S. 14f.) Ab 1855 wurden von Thomas Cook in England auch erstmals Pauschalreisen ins Ausland angeboten. Diese wurden von einer gemischten Zielgruppe in Anspruch genommen, von Adeligen bis hin zu Kleinbürgertum und Arbeiterschaft. Am erfolgreichsten war jedoch das Konzept von günstigen Pauschalreisen für den Mittelstand. (vgl. Gyr 2010)

Mit dem 1. Weltkrieg kam es zu einem Einschnitt, der zu einem vorübergehenden Versiegen der Touristenströme führte. Damit begann 1915 eine, meist als Entwicklungsphase benannte Periode, die bis 1945 dauerte. Gesetzliche Urlaubsregelungen, auch für ArbeiterInnen, wurden eingeführt und die Nachfragestruktur veränderte sich. Während bis zur Entwicklungsphase noch hauptsächlich die vermögenden Bevölkerungsschichten das touristische Klientel ausmachten, werden es nun zu immer größeren Teilen auch Angestellte und ArbeiterInnen. (vgl. Freyer 2015, S. 16) Die Erholung wird in diesem Zeitraum zum dominierenden Motiv. (vgl. Gyr 2010) In der Zeit des Nationalsozialismus wurden neue Reiseformen geschaffen. Durch die Organisation „Kraft durch Freude“ wurden staatlich organisierte Reisen zu niedrigen Preisen angeboten und es kam zu einem ersten Reiseboom in Deutschland. (vgl. Freyer 2015, S. 16)

Nach dem 2. Weltkrieg beginnt die Hochphase des Tourismus und damit die heutige Form des Reisens, die aufgrund der Anzahl der Reisenden oftmals als Massentourismus bezeichnet wird. Der Tourismus hat sich nun institutionalisiert und ist zu einem festen Bestandteil des ökonomischen und sozialen Lebens geworden. (vgl. Freyer 2015, S. 17) Zentrale Voraussetzungen für den touristischen Aufschwung in der Nachkriegszeit waren das Wirtschaftswachstum, der technische Fortschritt, hoher Konkurrenzettbewerb, der Ausbau des Transport- und Kommunikationsnetzes, sowie die zunehmende Freizeit durch Arbeitszeitverkürzungen. (vgl. Gyr 2010)

1.1.3 Aktueller Stellenwert des Tourismus

1.1.3.1 International

Von einer Nischenaktivität, die der reichsten Bevölkerungsschicht vorbehalten war, hat sich der Tourismus im Laufe der Zeit zu einem Massenphänomen entwickelt und ist in den vergangenen Jahrzehnten zu einem der weltweit größten Wirtschaftszweige geworden. Von 25 Millionen internationalen Ankünften im Jahr 1950, steigerte sich diese Zahl bis 2018 auf rund 1,4 Milliarden. Das bedeutet, dass sich die Anzahl in 68 Jahren um das 56-fache gesteigert hat.

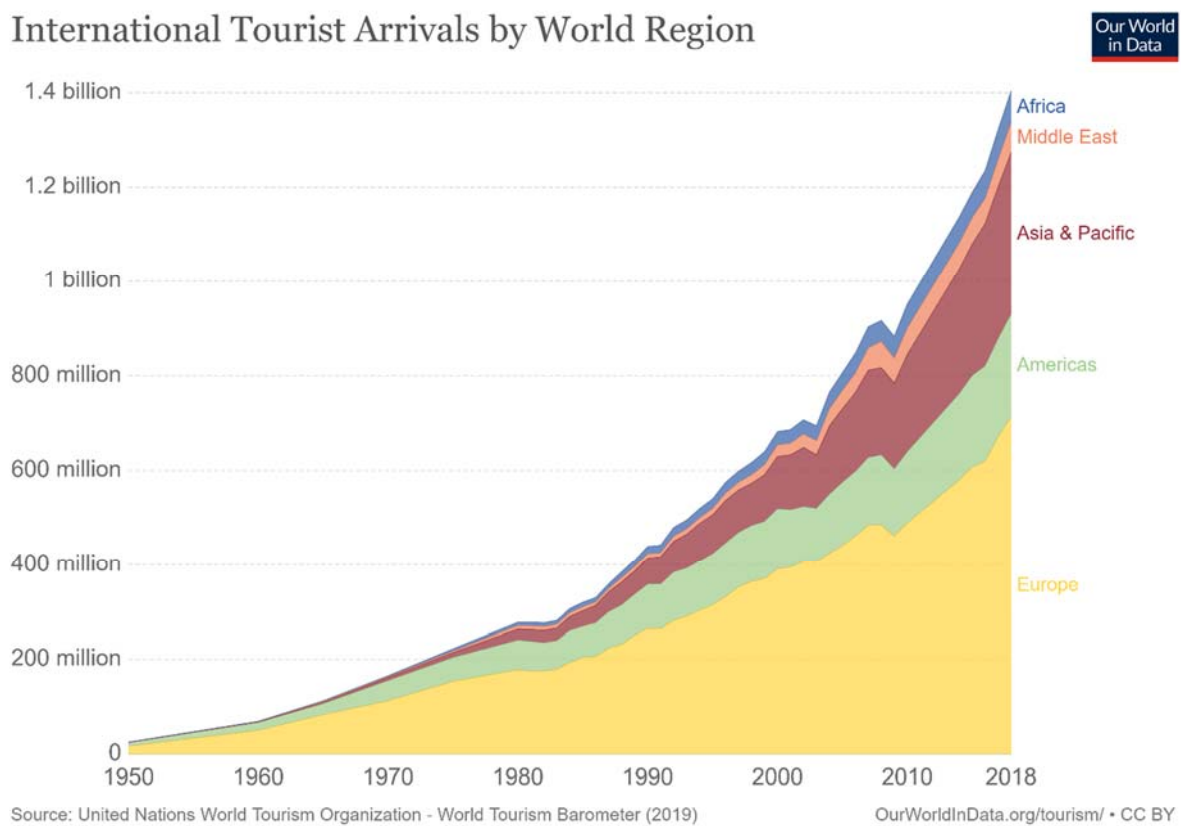


Abbildung 1: Internationale Ankünfte nach Weltregionen; Quelle: ourworldindata.org/tourism

In praktisch jedem Land der Welt gibt es touristische Aktivitäten und daraus erzielte Wertschöpfung. Für manche Länder, Regionen und Orte gehört der Tourismus zu den wichtigsten Einnahmequellen oder stellt sogar die zentrale wirtschaftliche Branche dar, von der fast alles abhängig ist. Es gibt jedoch große Unterschiede in der Wichtigkeit, die der Tourismus für bestimmte Regionen auf der Welt bedeutet. So teilen sich die 1,4 Milliarden weltweiten Ankünfte nicht regelmäßig auf alle Länder auf, sondern mehr als die Hälfte entfällt auf nur 15 Nationen. Frankreich steht dabei 2017 mit einem Weltmarktanteil von 6,5% an der

Spitze, Österreich liegt mit 2,2% auf Platz elf, innerhalb Europas auf Platz fünf. Rund die Hälfte der internationalen Tourismuskünfte weltweit entfällt auf Europa, obwohl der Kontinent nur ca. 10% der Weltbevölkerung stellt. Hingegen verzeichnet Afrika einen Marktanteil von nur 5%, bei 17% der weltweiten Bevölkerung. (vgl. WKÖ 2019, S. 34f.)

Die globalen Erlöse aus dem Tourismus, inklusive dem Reisetransportwesen, beliefen sich 2018 auf 1,7 Billionen US-Dollar, was beinahe einer Verdopplung innerhalb von nur 10 Jahren entspricht. Die Wachstumsraten im Tourismus sind dabei konstant höher als die der Weltwirtschaft, auch wenn die Entwicklung im Tourismussektor grundsätzlich stark von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung abhängig ist. (vgl. UNWTO 2019, S. 2) Der Beitrag der Reise- und Tourismusindustrie zum BIP betrug 2018 3,2%. Wenn auch die indirekten Effekte, die dadurch entstehen miteinbezogen werden, steigt der Wert auf ca. 10% der globalen Wirtschaftsleistung. Die Anzahl der Arbeitsplätze, die durch den Tourismus und das Reisetransportwesen geschaffen wurden, beläuft sich direkt auf 123 Millionen, mit indirekten Effekten auf 319 Millionen. Die entspricht 3,8% bzw. 10% der weltweiten Arbeitsplätze. (vgl. World Travel & Tourism Council 2019, S. 3f.)

Der Großteil des internationalen Tourismus entfällt auf Urlaubsreisen (56%), der Rest teilt sich auf in Freundschafts- und Verwandten Besuche, Gesundheitstourismus, Reisen zu religiösen Zwecken und 13% entfallen auf Arbeits- und Geschäftsreisen. (vgl. UNWTO 2019, S. 7)

1.1.3.2 Österreich

Auch der österreichische Tourismus verzeichnet ein konstantes Wachstum.

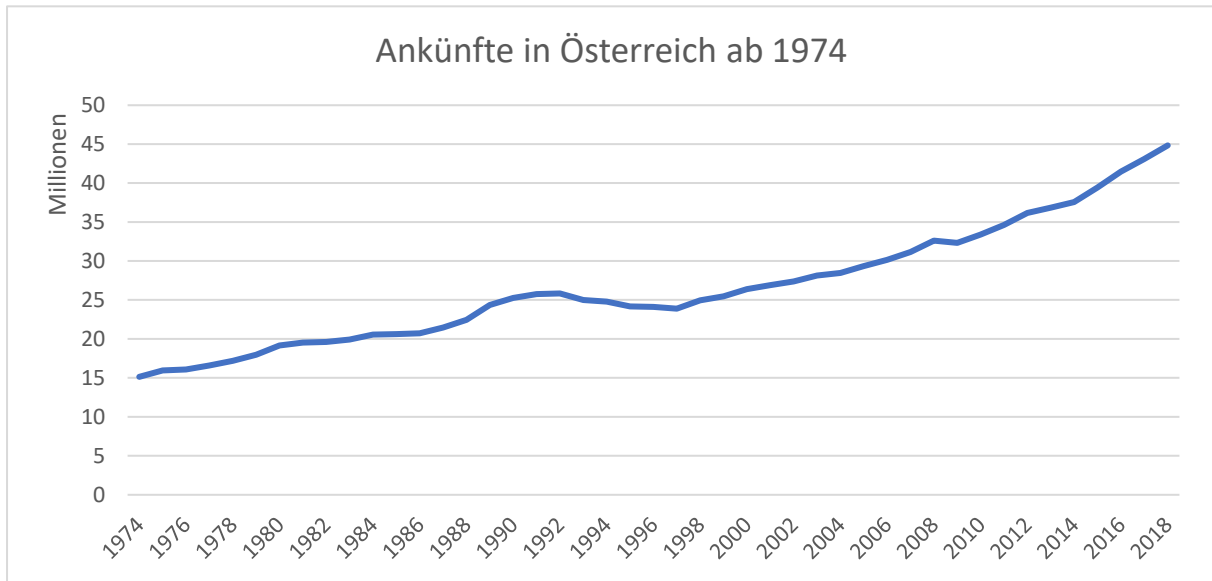


Abbildung 2: Jährliche Ankünfte in Österreich ab 1974; Quelle: Statistik Austria, eigene Darstellung

Von ca. 15 Millionen Ankünften 1974 gab es im Jahr 2018 eine Steigerung auf ca. 40 Millionen. Das entspricht einer Verdreifachung innerhalb von 44 Jahren. Damit weist der österreichische Tourismus zwar eine deutlich geringere Wachstumsrate als der weltweite Durchschnitt auf, die Zahlen sind aber trotzdem beachtlich.

In Österreich belief sich der Anteil am BIP durch die direkte Wertschöpfung des Tourismus (ohne Dienst- und Geschäftsreisen) 2018 auf 6,5%. Wenn die direkten und indirekten Effekte durch die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft zusammengerechnet werden, beläuft sich die Wertschöpfung in eben diesem Jahr auf 59,2 Milliarden Euro, was gut 15% des BIP entspricht. (vgl. WKÖ 2019, S. 97) Mehr als 500.000 Menschen waren im selben Jahr an zumindest einem Tag im Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt und ca. 9000 Lehrlinge sind in diesem Bereich in Ausbildung. Die Anzahl der Nächtigungen beläuft sich auf

fast 150 Millionen, die sich relativ gleichmäßig auf die Winter- und Sommersaison verteilen. (vgl. WKÖ 2019, S. 8)

Allerdings ist die touristische Intensität innerhalb Österreichs sehr inhomogen.

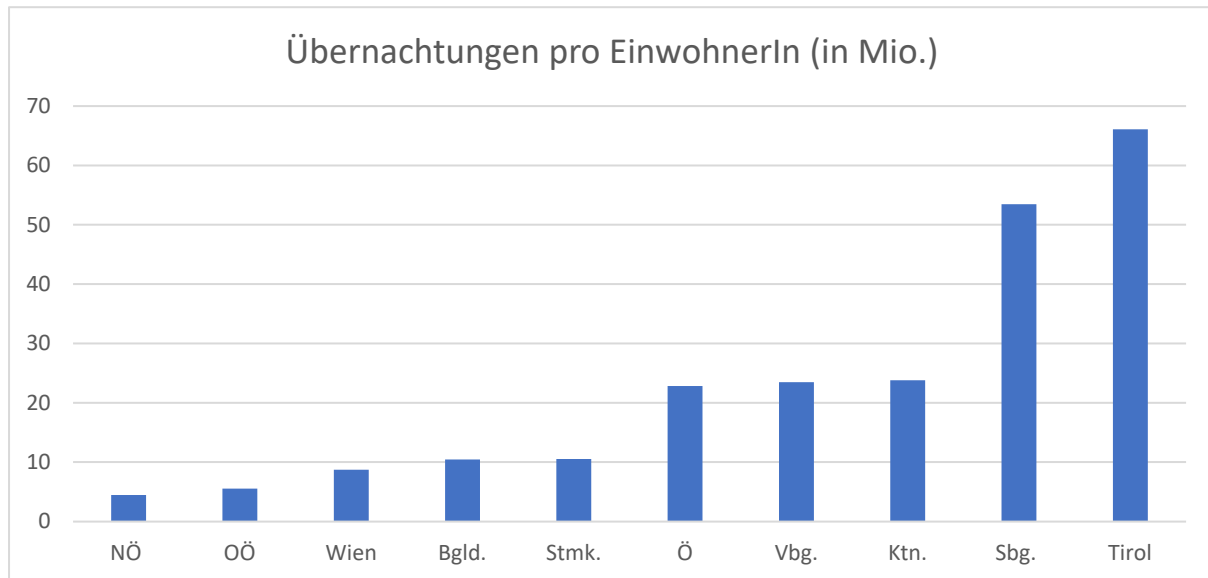


Abbildung 3: Übernachtungen pro EinwohnerIn nach Bundesländern; Quelle: WKÖ, eigene Bearbeitung

Während Wien gut drei Millionen Übernachtungen mehr aufweist als Kärnten, hat Kärnten aufgrund der deutlich niedrigeren Bevölkerung mehr Übernachtungen pro EinwohnerIn als Wien. Die mit Abstand meisten Übernachtungen pro EinwohnerIn weisen Salzburg und Tirol auf. In diesen beiden Bundesländern ist die Intensität jeweils mehr als doppelt so hoch wie im österreichischen Durchschnitt. Der größte Unterschied ist zwischen Niederösterreich und Tirol festzustellen, letzteres hat ca. 13-mal mehr Übernachtungen zu verzeichnen. Ein Extrembeispiel in Österreich stellt die Gemeinde Hallstatt dar, die im Jahr 2018 knapp 140.000 Übernachtungen bei 754 Einwohnern aufzuweisen hatte. Auch hier ist eine deutliche Steigerung der Intensität feststellbar, die Anzahl der Ankünfte hat sich innerhalb von nur fünf Jahren, bis zum Jahr 2018, fast verdoppelt. (vgl. Land Oberösterreich)

Außerdem weist Österreich eine deutlich positive Devisenbilanz aus dem Tourismus auf. Die österreichische Bevölkerung verdient also mehr durch touristische Aktivitäten als sie dafür ausgibt. Deutschland hat im Vergleich deutlich mehr Ausgaben als Einnahmen in diesem Bereich. (vgl. WKÖ 2019, S. 38) Der Stellenwert des Tourismus ist in Österreich also höher als im internationalen Durchschnitt. Es sind mehr Menschen in diesem Sektor beschäftigt und der Anteil am BIP ist höher als in vielen anderen Ländern. Zudem entfällt ein, an der Landesgröße

bemessener, verhältnismäßig großer Anteil des Weltmarkts auf Österreich. Österreich profitiert somit überdurchschnittlich vom Tourismus, ist aber ebenso stärker davon abhängig.

Abschließend ist festzuhalten, dass Tourismus zweifellos ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist. Wie groß die Effekte tatsächlich sind, lässt sich aber nicht eindeutig feststellen und es kommt merklich darauf an, was für die Berechnungen herangezogen wurde. Angaben über den Beitrag zum BIP oder die Zahl der abhängigen Arbeitsplätze etwa, können stark variieren, je nachdem ob nur direkte oder auch indirekte Effekte berücksichtigt wurden. Wie Job und Mayer (2013, S. 16) feststellen: „Generell ist die Quantifizierung der ökonomischen Wirkungen des Tourismus aufgrund seines Querschnittcharakters sehr schwierig.“

1.1.4 Tourismus und Raumplanung

Sowohl Raumplanung, als auch Tourismus sind Querschnittsmaterien, die vielfältige Berührungspunkte miteinander aufweisen. Dies zeigt sich bereits bei einem Blick in die Raumordnungsgesetze der Länder und den darin enthaltenen Grundsätzen und Zieldefinitionen. So lautet etwa § 1 Abs. 1 Satz 6 des Salzburger ROG 2009: „Der Tourismus ist unter Berücksichtigung der ökologischen Belastbarkeit und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Raums, der Erfordernisse des Landschafts- und Naturschutzes sowie der vorrangigen Beteiligung der einheimischen Bevölkerung an der Entwicklung und der Vielfalt der Freizeit- und Erholungsbedürfnisse der Gäste auch durch die Sicherung geeigneter Flächen zu entwickeln und konkurrenzfähig zu erhalten.“

Der definierte Aufgabenbereich ist dabei je nach Bundesland unterschiedlich. Im Vorarlberger Gesetz wird speziell die Problematik von Ferienwohnungen adressiert, während etwa in Kärnten und der Steiermark unter anderem die soziale Tragfähigkeit als erforderlich gesehen wird. Auch in den Gesetzen der anderen Bundesländer gibt es ähnliche Formulierungen und der Tourismus findet Berücksichtigung in den raumordnerischen Zielen. Tourismus ist also ein wesentlicher Bestandteil raumplanerischer Überlegungen und die geordnete, zielgerichtete Entwicklung des Tourismus unter anderem Aufgabe hoheitlicher Planungsbehörden. In der Zielfestlegung zeigt sich zudem, dass die touristische Entwicklung auch andere Materien zu berücksichtigen hat und die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung Vorrang haben sollten bzw. Tourismus sozial verträglich zu sein hat. Ein wichtiger Punkt, bezogen auf das Thema der vorliegenden Arbeit, denn durch Overtourism leiden die ortsansässigen Menschen unter

touristischen Aktivitäten, was somit den raumordnerischen Grundsätzen widerspricht und in weiterer Folge Handlungsbedarf für die Planungsbehörden bedeutet.

Die raumordnerische Relevanz zeigt sich auch in der vielfältigen Flächeninanspruchnahme des Tourismus, etwa für Unterkünfte, Gastronomie, Infrastruktur oder Freizeit-, Spiel- und Sportanlagen. Die touristische Infrastruktur wird dabei nicht nur von TouristInnen, sondern auch von Einheimischen in deren Freizeit genutzt. In Deutschland umfasste 2002 allein die Beherbergung Flächen im Ausmaß von 27.800 ha, was 0,7% der gesamten Siedlungs- und Verkehrsflächen entspricht. (vgl. Engels 2008, S. 52) Der Flächenverbrauch für touristische Zwecke kann dabei zu steigenden Bodenpreisen und einer Konkurrenz mit anderen Nutzungen wie der Landwirtschaft führen. In Schweizer Bergregionen etwa, gibt es das Gefühl der Bedrohung der eigenen Lebensgrundlage oder von Boden-„Enteignung“ für den Tourismus. (vgl. Thiem 2001, S. 30)

Im Rahmen konkreter Eingriffe können sowohl Auswirkungen durch touristische Maßnahmen raumplanungsrelevant sein als auch raumplanerische Maßnahmen Auswirkungen auf den Tourismus haben. Touristische Vorhaben können erhebliche Auswirkungen auf die räumliche Struktur haben und deshalb müssen die Vor- und Nachteile davon entsprechend abgewogen und aus planerischer Sicht bewertet werden. Großprojekte wie die Errichtung von Hotel- oder Liftanlagen sind massive Eingriffe und wirken sich auf das Landschaftsbild aus, haben aber ebenso positive Effekte, wie die Schaffung von Arbeitsplätzen. Gerade bei Vorhaben, die durch unterschiedliche Interessen Konflikte erzeugen können, hat die Raumplanung eine steuernde Wirkung zu erfüllen. Entwicklungen von denen die lokale Bevölkerung profitiert und die aus Sicht des Gemeinwohls von Vorteil sind, sollten gefördert werden und negative Effekte möglichst unterbunden werden. Neben baulichen, direkten Maßnahmen können auch indirekte Auswirkungen durch touristische Maßnahmen, wie Veranstaltungen, entstehen. (vgl. Kanonier 2003, S. 1f.)

Raumplanerische Maßnahmen, die Auswirkungen auf den Tourismus haben und dessen Entwicklung beeinflussen sind vielfältig, es können aber grundsätzlich rechtlich verbindliche (vor allem Bau- und Planungsrecht) und unverbindliche Maßnahmen (etwa Konzepte oder Leitbilder) unterschieden werden. Außerdem kann eine Kategorisierung hinsichtlich der Wirkung erfolgen (vgl. Kanonier 2003, S. 4f.):

- Zwangsmaßnahmen der Hoheitsverwaltung (z.B. Verbote und Nutzungsbeschränkungen)
- Anreizmittel (z.B. Subventionen und Förderungen)
- Bewusstseinsbildende Maßnahmen (z.B. Informationsmaterial, Best-Practice-Beispiele)

Als Beispiel für eine raumplanerische Zwangsmaßnahme, die Auswirkungen auf den Tourismus hat, kann die Novelle der Wiener Bauordnung im Jahr 2018 angeführt werden, die neue Regelungen für Kurzzeitvermietungen brachte. Diese wurden damit für Wohnungen verboten, die sich in einer laut Flächenwidmungsplan festgelegten Wohnzone befinden.

1.2 Auswirkungen des Tourismus auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft

1.2.1 Wirtschaft

1.2.1.1 Positive Auswirkungen

Ein wesentlicher positiver Aspekt des Tourismus ist ohne Zweifel die ökonomische Wertschöpfung und die damit einhergehenden Arbeitsplätze. Da dieser Punkt aber bereits im Kapitel 1.3 mit Zahlen und Fakten beleuchtet wurde, sollen in diesem Kapitel allgemein die positiven ökonomischen Effekte durch den Tourismus beschrieben werden.

Für Schwellen- und Entwicklungsländer kann Tourismus von entscheidender Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung sein. Dadurch können wichtige Deviseneinnahmen generiert, sowie Armut und zum Teil auch räumliche und soziale Disparitäten verringert werden. Speziell kleine Inselstaaten haben oftmals keine oder nur eingeschränkte Ressourcen für alternative Exportzweige. Die oft einzigartige Landschaft und seltene, nicht ersetzbare touristische Attraktionen stellen ein Produkt dar, mit dem Schwellen- und Entwicklungsländer eine relativ starke Position am Weltmarkt einnehmen können, was mit anderen Gütern und Dienstleistungen in dieser Form nicht möglich wäre. Durch die im Vergleich zum globalen BIP höheren Wachstumsraten des Tourismus, profitieren solche Länder überdurchschnittlich vom steigenden Wohlstand. Außerdem entfällt der Transport, der bei anderen Exportgütern notwendig wäre, die TouristInnen reisen selbst zum Standort der Leistungserstellung. (vgl. Vorlauffer 2003, S. 5f.)

Auch in entwickelten Volkswirtschaften kann der Tourismus eine wichtige Einnahmequelle darstellen und je nach Region von großer wirtschaftlicher Bedeutung sein. Beispielsweise stellt

der Alpenraum eine der weltweit wichtigsten und größten Tourismusregionen der Welt dar. Auch wenn die Wichtigkeit des Tourismus auf die gesamten Alpen bezogen geringer, als oftmals angenommen und stark räumlich konzentriert ist, stellt er für manche Gebiete einen sehr wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Bätzing (2002, S. 2) hat in den Alpen 600 Orte als Tourismusgemeinden identifiziert. Dabei handelt es sich um Gemeinden mit touristischer Monostruktur, die weder eine „Kleingemeinde“ noch eine „Stadt“ oder Auspendlergemeinde darstellen und anhand der Bettenanzahl, der touristischen Intensität, sowie einer Dominanz des Dienstleistungssektors als solche klassifiziert wurden. In diesen Orten ist Tourismus der zentrale Wirtschaftsfaktor, von dem praktisch alles abhängig ist und der oftmals nur schwer oder nicht zu ersetzen ist. Eine so große Abhängigkeit von einer einzelnen Sparte stellt auch ein großes Risiko dar, weil eine Reduktion oder gar der komplette Wegfall sehr problematisch wäre.

Im alpinen (Winter-)Tourismus findet sich auch eine saisonale Beschäftigungsmöglichkeit für LandwirtInnen, durch die sich ein Zusatzeinkommen generieren lässt, mit dem eine Weiterführung des landwirtschaftlichen Betriebs ermöglicht wird. (vgl. CIPRA o. J.)

Generell lässt sich sagen, dass Tourismus im ländlichen Raum generell wird Tourismus als eine der wichtigsten Entwicklungsoptionen gesehen wird. Vor allem in strukturschwachen Regionen, die von einem Bedeutungsverlust der Landwirtschaft und Abwanderungstendenzen gekennzeichnet sind, wird die Entwicklung des Tourismus oft als einzige Möglichkeit der Einkommenssicherung und Verhinderung von Abwanderung gesehen. „So gilt die Initiierung und Bezuschussung touristischer Investitionen auf nahezu allen politischen und administrativen Planungs- und Entscheidungsebenen als Erfolgsfaktor für die Zukunft ländlicher Regionen.“ (Jain 2006, S. 11)

In ländlich-peripheren Gebieten sind oftmals intakte und authentische Naturräume, sowie lokale, kulturelle Besonderheiten die vorhandenen Stärken, die sich in weiterer Folge gut für eine touristische Nutzung eignen. Gerade wenn alternative Potentiale fehlen, kann Tourismus für die Regionalentwicklung eine relativ hohe Bedeutung haben. (vgl. Lehmeier 2015, S. 32)

Durch den Tourismus können außerdem regionale Ausgleichseffekte erzielt werden, die nicht nur in der Schaffung von Arbeitsplätzen und in der Generierung von Umsätzen liegen, sondern auch dem Bau und Ausbau von Infrastruktur, von der gleichzeitig auch die lokale Bevölkerung

profitiert. Auch die Ansiedlung neuer Betriebe kann durch den touristischen Imagegewinn einer Region erreicht werden. Abwanderungstendenzen aus strukturschwachen Gebieten kann damit entgegengewirkt werden. (vgl. Job/Mayer 2013, S. 17)

1.2.1.2 Negative Auswirkungen

Meist werden im Zusammenhang mit Tourismus wirtschaftliche Effekte hervorgehoben, die positive Auswirkungen darstellen, wie Wertschöpfung oder Arbeitsplätze. Tourismus kann aber auch negative wirtschaftliche Aspekte aufweisen, die in diesem Kapitel dargestellt werden.

Eine Schwierigkeit, von der ArbeitnehmerInnen im Tourismus betroffen sind, ist die Situation, dass touristische Arbeitsplätze zum Teil starken saisonalen Schwankungen unterliegen können. In Destinationen, die eine starke Konzentration auf die Sommer- oder Wintersaison haben, können vielfach keine ganzjährigen Beschäftigungsverhältnisse ermöglicht werden. Es besteht hier eine starke Abhängigkeit vom jeweiligen Ort. „Von saisonaler Beschäftigung bzw. Arbeitslosigkeit sind vor allem das Beherbergungs- und Gastgewerbe, weniger der Transportbereich, betroffen.“ (Freyer 2015, S. 562)

Viele der Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus verlangen nur geringe Qualifikationen der ArbeitnehmerInnen. Dies kann als Vorteil interpretiert werden, weil dadurch schnell Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen werden können, allerdings sind auch viele Nachteile damit verbunden. Die Löhne sind im Vergleich mit anderen Branchen eher niedrig und die Arbeitsplätze sehr oft von schlechter Qualität. (vgl. Freyer 2015, S. 564) Deshalb haben Berufe im Tourismussektor in entwickelten Industrienationen wie Österreich oftmals kein hohes Ansehen. Eine Umfrage unter Beschäftigten dieser Branche in Österreich zeigte, dass nur die Hälfte aller Befragten noch einmal denselben Beruf wählen würde. Grund dafür sind die oftmals prekären Arbeitsbedingungen. Dazu zählen Nachtarbeit, Wochenenddienste und Rufbereitschaft, was für viele ArbeitnehmerInnen eine hohe Belastung darstellt. Auch Mehr- und Überstundenregelungen sehen viele Angestellte im Tourismussektor als problematisch. Diese werden nur zu 17% in Geld und in 11% der Fälle gar nicht abgegolten. (vgl. trend. 2016)

Ein damit in Zusammenhang stehendes Thema ist der überdurchschnittlich hohe Frauenanteil Beschäftigten in dieser Branche. Somit ist bei einer Analyse des touristischen Arbeitsmarkts

auch eine Auseinandersetzung mit Geschlechterfragen von Bedeutung. (vgl. Stuppäck 2005, S. 48)

Auch auf gesamtgesellschaftlicher Ebene lassen sich negative Aspekte der Tourismuswirtschaft finden. Während Tourismus grundsätzlich ein profitables Geschäft ist, hat ein großer Teil der einheimischen Bevölkerung oft wenig davon und leidet hauptsächlich unter negativen Effekten, wie steigenden Preisen. (vgl. Freyer 2015, S. 584) Ein starker Faktor für steigende Grundstückspreise sind Zweitwohnungen, die oftmals nur für eine kurze Zeit in der Hauptsaison verwendet werden und die meiste Zeit des Jahres leer stehen. Ein weiteres Problem, das dadurch auftritt, sind hohe Belastungsspitzen für die Infrastruktur. Diese muss auf die maximal mögliche Auslastung ausgelegt sein, auch wenn diese nur für eine kurze Zeit erreicht wird. Die Infrastruktur muss dabei von den Gemeinden zur Verfügung gestellt und bezahlt werden. Es entstehen durch viele Zweitwohnungen also hohe Kosten für die Allgemeinheit. (vgl. Bieger/Beritelli 2004, S. 5)

1.2.2 Umwelt

1.2.2.1 Positive Auswirkungen

Auch wenn die erste Assoziation mit den Begriffen Tourismus und Umwelt in der breiten Bevölkerung vielfach negativ konnotiert ist, gibt es durchaus auch positive Auswirkungen des Tourismus auf Ökologie, Natur- und Kulturlandschaften. Unberührte, einzigartige Naturlandschaften oder charakteristische Kulturlandschaften stellen Produkte dar, die touristisch vermarktet werden können. Für gewisse Destinationen sind diese natürlichen Ressourcen von besonders großer Bedeutung, da sie den Hauptgrund darstellen, weshalb Menschen überhaupt dorthin reisen. Eine einzigartige Landschaft ist ein Alleinstellungsmerkmal, das zur Profil- und Markenbildung einer Region genutzt werden kann. (vgl. Steinecke/Herntrei 2017, S. 159)

Generell sind Landschaft und Natur wichtige Faktoren für die touristische Attraktivität. In einer Online-Befragung des Market-Instituts zu den Gründen der Attraktivität Österreichs wurden Landschaft und Natur von 95% als Stärke angesehen. (vgl. WKÖ 2019, S. 27) Für deutsche UrlauberInnen, die in Deutschland verreisen, stellen Landschaft und Natur den wichtigsten Grund dar, um sich für eine Region als Reiseziel zu entscheiden. (vgl. BMWI o. J.)

Der Erhalt von Natur- und Kulturlandschaften ist somit aus touristischer Sicht erstrebenswert und in weiterer Folge ein Grund für mögliche positive Auswirkungen des Tourismus auf Umwelt und Ökologie. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, ist die Errichtung von Schutzgebieten verschiedener nationaler und internationaler Kategorien. Da dies auch gewissermaßen einer Auszeichnung für ein Gebiet gleichkommt, steigt damit auch der touristische Wert. Eine Win-Win-Situation für Umwelt und Tourismus. (vgl. Oberbauer 2017, S. 13)

In Deutschland sind der Müritz-Nationalpark, die Naturparke Hoher Fläming und Altmühltal Beispiele für eine hohe regionale Wertschöpfung, die durch Tourismus in Schutzgebieten erzielt werden kann. Dadurch können in solch infrastrukturell benachteiligten, naturnahen Gebieten langfristige Arbeitsplätze geboten werden, gleichzeitig wird aber der Naturschutz sichergestellt. „Naturschutz und Tourismus stehen als Nutzungsformen hier nicht im Konflikt, sondern ergänzen einander.“ (Engels 2008, S. 57) Damit eine solche Symbiose funktioniert, sind durchdachte und integrative Nutzungskonzepte notwendig.

Beispiele für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Umweltschutz finden sich auch im Alpenraum, wo im Zuge von gravierenden Fehlentwicklungen Strategien zum Erhalt der Natur- und Kulturlandschaften entwickelt wurden. Zentrale Akteure sind dabei die Alpenvereine und sowie die Internationale Alpenschutzkommission (CIPRA), die mit der Alpenkonvention ein grenzübergreifendes Instrument des Umweltschutzes entwickelt hat, das auch touristische Projekte als gemeinsame Maßnahmen der Mitgliedsstaaten enthält. (vgl. Steinecke/Herntrei 2017, S. 160)

1.2.2.2 Negative Auswirkungen

Neben den positiven Aspekten für die Umwelt, führt Tourismus aber auch zu einer Reihe an negativen Auswirkungen. Die Thematisierung dieser Probleme, wurde in den 1980er Jahren durch die Tourismuskritiker Jungk und Krippendorf angestoßen und spätestens in den 1990ern, durch die Diskussion um sanften und nachhaltigen Tourismus auch einer breiteren Öffentlichkeit bewusst. Negative Umweltauswirkungen durch Tourismus entstehen bereits bei der Reisevorbereitung am Heimatort, auf dem Weg in die Destination und schließlich am Zielort einer Reise. (vgl. Freyer 2015, S. 618)

Bei der Vorbereitung einer Reise sind die direkten Auswirkungen noch vergleichsweise gering, hier fällt aber bereits die Entscheidung, welche Art des Tourismus gewählt wird und welches Umweltbewusstsein dabei vorherrscht. Bei der Durchführung einer Reise zeigen sich dann deutlich konkrete Umweltauswirkungen, vor allem in Form von Schadstoff-Emissionen. Diese entstehen durch den touristischen Verkehr, um vom Wohnort an den Zielort zu kommen. Welches Verkehrsmittel dafür gewählt wird, wirkt sich erheblich auf die Menge an verursachten Emissionen aus. Am umweltfreundlichsten ist die Bahn, bei der pro Personenkilometer 14 Gramm CO₂-Äquivalente anfallen, während dieselbe Strecke mit dem Flugzeug zurückgelegt 426 Gramm verursacht. Somit werden bei Flugreisen pro Kilometer 29 Mal mehr Emissionen erzeugt, als mit der Bahn. Mit einem Diesel- oder Benzinbetriebenen Auto findet mit 217 Gramm CO₂ pro Streckenkilometer zwar nur ein ca. halb so großer Ausstoß als mit dem Flugzeug statt, allerdings immer noch die 15-fache Menge der Bahn. (vgl. VCOE 2018)

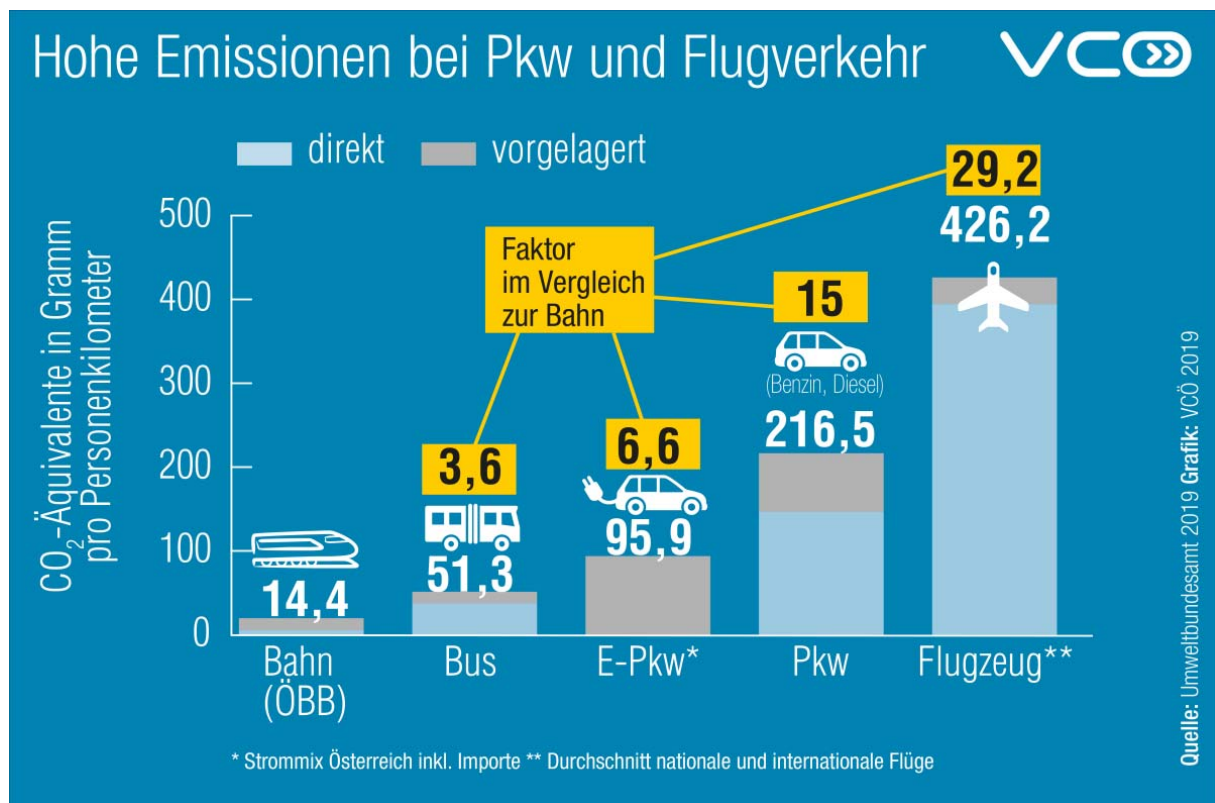


Abbildung 4: Vergleich der Emissionen verschiedener Verkehrsmittel; Quelle: VCÖ

Weltweit werden 58% der Reisedrecken per Flugzeug zurückgelegt, 37% über die Straße und nur 2% mit der Bahn. (vgl. UNWTO 2019, S. 7)

Durch diese Aufschlüsselung der gewählten Reiseverkehrsmittel zeigt sich bereits, dass Tourismus ein wesentlicher Faktor ist, der zum Klimawandel beiträgt. Unter Einbeziehung der indirekten Effekte, also auch der Lieferketten und nicht nur direkter touristischer Aktivitäten, beliefen sich die weltweiten Treibhausgasemissionen durch den Tourismus 2013 auf rund 4,5 Mrd. CO₂-Äquivalente. Das entspricht etwa 8% der gesamten Emissionen weltweit. 2009 betrug der Ausstoß noch 3,9 Mrd. CO₂-Äquivalente und somit war bis 2013 eine jährliche Steigerungsrate von 3,3% zu verzeichnen. (vgl. Lenzen et al. 2018, S. 523)

Der Tourismus trägt aber nicht nur wesentlich zum Klimawandel bei, sondern ist auch stark von den Folgen betroffen. Beispielhaft erwähnt werden kann der alpine Skitourismus, der von ausreichend kalten Temperaturen und der damit verbundenen Schneesicherheit abhängt. Die Prognosen sind zwar mit Unsicherheiten behaftet und es ist unklar wie schnell die Erwärmung voranschreiten wird, es steht allerdings außer Frage, dass die Anzahl der Standorte, die für Skitourismus geeignet sind, abnehmen wird. Die Anzahl der schneesicheren Skigebiete wird deutlich sinken und es wird zu einer Konzentration auf höher gelegene Gebiete kommen. Gleichzeitig werden Destinationen in wärmeren Gegenden, wie im Mittelmeerraum bei fortschreitender globaler Erwärmung an Attraktivität verlieren, da es vermehrt zu Hitzewellen und anderen Problemen kommen wird. Davon können alpine Destinationen wiederum profitieren, da es zu einer verstärkten Nachfrage nach Urlaub in kühleren Regionen kommen könnte. (vgl. CIPRA 2011, S. 6ff.)

Neben Vorbereitung, An- und Abreise gibt es zudem unterschiedliche Umweltbelastungen, die sich durch touristische Aktivitäten in den Zielgebieten ergeben. Dazu zählen unter anderem: der Verbau landschaftlich attraktiver oder ökologisch wertvoller Gebiete mit Hotels und anderen Unterkünften, die Produktion von Müll und die Verschmutzung der Umgebung, Eingriffe in die Natur durch die Errichtung von Infrastruktur, der Verbrauch von Ressourcen, wie Wasser für Beschneiungsanlagen oder Beeinträchtigung von Flora und Fauna durch diverse touristische Aktivitäten. Die vielfältigen Auswirkungen sollen hier aber nicht mehr im Detail erläutert werden, da dies im Rahmen der vorliegenden Arbeit zu weit führen würde.

Die wichtigsten Problemfelder, wie sich Tourismus negativ auf die Umwelt auswirken kann, lassen sich wie folgt zusammenfassen (vgl. Freyer 2015, S. 616):

- Energieverbrauch, Treibhauseffekt und Klimawandel

- Gefährdung der Biodiversität
- Flächenverbrauch und Landschaftsveränderung
- Abfallaufkommen
- Wasserverbrauch und Gewässerbelastung
- Lärmbelastung
- Luftbeeinträchtigung

1.2.3 Gesellschaft

Neben wirtschaftlichen und umweltrelevanten Auswirkungen hat der Tourismus auch Einfluss auf das sozio-kulturelle Gefüge der verschiedenen Destinationen. Dieser Aspekt ist einerseits am schwierigsten zu erfassen und andererseits auch schwer zu bewerten. Dies liegt daran, dass sich gesellschaftliche Auswirkungen oftmals nicht quantitativ oder monetär bewerten lassen und eine Einordnung der Effekte in „positiv“ und „negativ“ von ideologischen Standpunkten abhängt und somit einigermaßen subjektiv ist. Daher wird in diesem Kapitel auf eine wertende Unterteilung verzichtet.

Tourismus führt grundsätzlich zu einem verstärkten Aufeinandertreffen von Menschen aus unterschiedlichen Lebenswelten und Kulturen. Dabei kann es in beiden Richtungen zu Anpassungen an die jeweils andere Gesellschaft, sowie Veränderungen der Kultur kommen.

Ganz grundsätzlich gibt es in Bezug auf die Eigenart von Regionen und deren kulturelle Identität nach Thiem (2001, S. 27) „zwei gegenläufige Tendenzen: Die eine weist in Richtung Vereinheitlichung und Angleichung der Kulturen im Sinne des wirtschaftlichen Wohlstandes und Wachstums, die andere in Richtung einer Zunahme der Bedeutung der kulturellen Identität der Regionen.“

Die sozio-kulturelle Beeinflussung der Menschen, die in touristisch genutzten Orten leben, wird oftmals kritisch gesehen. Vor allem in Entwicklungsländern wird eine Zerstörung der ursprünglichen Kultur befürchtet, wenn fremde Normen und Werte zu schnell übernommen werden. Befürworter sehen durch eine Anpassung der Zielländer allerdings eine positive Entwicklung, da die derzeitige Situation gesellschaftliche Stagnation bedeute und „rückständige“ Gesellschaften so schneller höhere Entwicklungsstufen erreichen könnten. Die kritische Sichtweise herrscht dabei interessanterweise vor allem in westlichen

Industrienationen vor, während die betroffenen Länder diese Prozesse oft viel unproblematischer sehen. (vgl. Freyer 2015, S. 598)

Eine differenziertere Betrachtung der kulturellen Wirkungszusammenhänge als die übliche, in der zwei beteiligte Kulturen unterschieden werden, wurde 2001 von Thiem entwickelt. Sie unterscheidet in:

- **Kultur der Quellregion** (umfasst was typisch für EinwohnerInnen der Herkunftsregionen ist)
- **Ferienkultur** (umfasst alles was für TouristInnen auf Reisen typisch ist)
- **Dienstleistungskultur** (beschreibt den Lebensstil, den Einheimische in ihrer Rolle als GastgeberInnen pflegen, sowie die, für den Tourismus geschaffenen Einrichtungen)
- **Kultur der Zielregion** (alles was für die BewohnerInnen der Empfangsregion typisch ist)

Es werden in weiterer Folge sowohl Chancen als auch Gefahren für die Kultur der Zielregion durch den Tourismus identifiziert. Durch die Dienstleistungskultur kann es in der Kultur der Zielregion zu einer (wieder) stärkeren Identifikation mit der eigenen Lebensart und Abgrenzung nach Außen und verstärkter Integration nach Innen kommen. Mitunter führt es zu einer Art Revitalisierung, etwa im Rahmen einer wieder zunehmenden Bedeutung der Landwirtschaft, wie in manchen Schweizer Bergdörfern aufgezeigt wird. Das mittels Tourismus generierte Einkommen kann zu einem stärkeren Selbstbewusstsein der EinwohnerInnen der Zielregion führen. Außerdem können neue Kulturangebote und Freizeitaktivitäten entstehen, die ohne Tourismus in der Form nicht möglich wären und von denen auch die ortsansässige Bevölkerung profitiert. Es kann aber auch zu Identitätsverlust und Gefühlen der Entfremdung kommen, da durch die Austauschbarkeit, die mit der Dienstleistungskultur einhergeht, Anonymität in der Kultur der Zielregion gefördert werden kann. (vgl. Thiem 2001, S. 29f.)

Die Dienstleistungskultur kann Gefühle des Ausgeliefertseins und der Abhängigkeit von außen hervorrufen, wenn für die Menschen in der Zielregion der Eindruck entsteht, dass die touristische Entwicklung und die Interessen der TouristInnen wichtiger sind als die eigenen. Vor allem wenn die einheimische Bevölkerung nicht ausreichend in die Gestaltung eingebunden wird, können Resignation und Inaktivität der Kultur der Zielregion die Folge sein. Durch Tendenzen in diese Richtung kann es dann auch zu Fremdenfeindlichkeit kommen. (vgl. Thiem 2001, S. 29f.)

Durch den Tourismus kann es auch zu Veränderungen in der Sozialstruktur kommen. Beispiele hierfür sind (vgl. Freyer 2015, S. 602):

- Die Stellung der Frau, durch eine hohe Anzahl weiblicher Beschäftigter im Tourismusbereich
- Die soziale Hierarchie der Berufe, da Anstellungen im Tourismus höher bewertet werden, als etwa Landwirtschaft oder Fischerei, was zur Aufgabe traditioneller Berufe führen kann
- Migration innerhalb der Gesellschaft, durch Zuwanderung von Arbeitskräften aus anderen Landesteilen und dem Ausland

Auch traditionelle Riten und Bräuche der Kultur von Zielregionen können bei zunehmendem Tourismus eine Veränderung erfahren. Während in der touristischen Anfangsphase nur vereinzelte TouristInnen Brauchtumsveranstaltungen beiwohnen, steigt mit der Anzahl der TouristInnen auch die Nachfrage nach landestypischen, kulturellen Veranstaltungen. In weiterer Folge werden solche zunehmend gegen Bezahlung und extra für touristisches Publikum angeboten und verlieren dabei den ursprünglichen Sinngehalt. Neben dem Verlust traditioneller Werte wird die Kultur zunehmend kommerzialisiert und wird immer mehr zu einer Art Show für TouristInnen. Eine ähnliche Tendenz kann sich auch im Bereich der Architektur zeigen. Einheimische Bauweise und Materialien finden im professionellen und kommerzialisierten Tourismus kaum Verwendung, stattdessen werden vielfach Bauwerke in internationalem Stil errichtet. Es kann aber auch Entwicklungen in die andere Richtung geben, wenn von TouristInnen „ursprüngliche“ Unterkünfte nachgefragt werden. Tourismus kann im Umkehrschluss aber auch positives bewirken. Traditionelle Riten und Bräuche können durch die Nachfrage der TouristInnen erhalten und vor zunehmender Bedeutungslosigkeit in der ortsansässigen Bevölkerung bewahrt werden. Zudem kann der Tourismus zum Erhalt von historischer Bausubstanz beitragen. (vgl. Freyer 2015, S. 603f.)

2 Overtourism: Definitionen und Ursachen

2.1 Definition „Overtourism“

Der Begriff „Overtourism“ ist relativ neu und tauchte erstmals im August 2012 als Hashtag auf twitter auf. (vgl. Goodwin 2017, S. 1) In der Fachwelt findet Overtourism seit 2016 Verwendung, nachdem der Begriff und das damit beschriebene Konzept vom Tourismusforschungs- und Beratungsunternehmen Skift aufgegriffen wurde und nach deren Darstellung entwickelt und definiert wurde. (vgl. Skift 2018)

„We are coining a new term, “Overtourism”, as a new construct to look at potential hazards to popular destinations worldwide, as the dynamic forces that power tourism often inflict unavoidable negative consequences if not managed well. In some countries, this can lead to a decline in tourism as a sustainable framework is never put into place for coping with the economic, environmental, and sociocultural effects of tourism. The impact on local residents cannot be understated either.“ (Skift 2016)

Die Intention dieser Definition war also, damit mögliche Gefahren und schädigende Auswirkungen durch touristische Aktivitäten auf stark nachgefragte Destinationen zu beschreiben. Dabei ist einerseits das Risiko einer Abnahme des Tourismus bei schlechtem Management gemeint und andererseits die negativen Effekte, die die lokale Bevölkerung betreffen können.

Overtourism ist ein Neologismus, das Wort existiert, wie bereits erwähnt erst seit wenigen Jahren. Dass der Begriff in kurzer Zeit sehr große Bekanntheit und mediale Verbreitung erfahren hat, liegt an europaweiten Anti-Tourismus-Protesten der lokalen Bevölkerung in stark frequentierten Destinationen wie Venedig oder Barcelona 2017. (vgl. Klakow 2018; vgl. Mečiarová 2017) Im selben Jahr erfuhr der Begriff auch im akademischen Kontext eine plötzliche, intensive Verwendung. Das dürfte mit der starken Popularität und der damit verbundenen Vermarktbarkeit zusammenhängen. (vgl. Koens et al. 2018, S. 2) Teilweise wird auch von einem Hype um den Begriff und die Diskussion darüber gesprochen. (vgl. Kagermeier/Erdmenger 2019, S. 6) Nachdem Overtourism bei der Tourismusfachmesse ITB 2018 in Berlin zum Thema wurde und eine dort vorgestellte, im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft DGT und Aiest erstellte Studie zum Schluss kam, dass dieses sehr vielschichtige Phänomen, kein temporäreres Thema darstellt, sondern vielmehr

die gesamte Branche in den kommenden Jahren vor Herausforderungen stellen wird, kann dies wohl als widerlegt angesehen werden. (vgl. Tetzl 2018) Dadurch, dass der Begriff erst seit kurzer Zeit existiert, besteht allerdings das Problem, dass es noch keine allgemein anerkannte, klare Definition gibt und Spielraum für Interpretationen vorhanden ist. (vgl. Koens et al. 2018, S. 2)

Eine Definition durch Goodwin (2017, S. 1) lautet: „Overtourism describes 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.“

Hier wird eindeutig das Problem zu großer Besuchermassen adressiert, durch die sowohl die Lebensqualität der ortsansässigen Menschen als auch die Erfahrung der BesucherInnen leidet. Außerdem ist in dieser Definition der, bis zu einem gewissen Grad, subjektive Charakter des Begriffs zu erkennen. Denn es ist schwierig, klare objektive Kriterien oder Messwerte festzulegen, wonach an einem Ort eine zu große Menge an TouristInnen sind. Es gibt zwar Versuche Grenzwerte festzulegen, etwa mittels Übernachtungen pro Einwohner. (vgl. Peters et al. 2018, S. 16) Ob eine Destination von Overtourism betroffen ist, hängt aber auch stark vom Gefühl der Betroffenen ab, die Wahrnehmung spielt hier eine entscheidende Rolle. Aber auch wenn es keine objektiven, einheitlichen Kriterien und klar definierte Grenzwerte gibt, ab wann in einer Destination von Overtourism gesprochen werden kann, so lässt sich bereits durch simple Logik schlussfolgern, dass dieser Punkt bei uneingeschränktem Wachstum, in einer Welt mit endlichen Ressourcen, irgendwann überall erreicht sein wird.

Klakow (2018) beschreibt Overtourism als: „[...]die regelrechte Überflutung von Städten und Regionen mit Touristen. Gelegentlich wird auch von „Touristifizierung“ gesprochen. Gemein haben sie allesamt, dass vor allem die dort lebende Bevölkerung die negativen Auswirkungen des Tourismus zu spüren bekommt: Menschenmassen, Enge, Lärm, Müll, unangemessenes Verhalten der Touristen und Preissteigerungen.“

2018 wurde Overtourism vom Oxford English Dictionary als eines der Wörter des Jahres ausgewählt und damit erstmals von einem Wörterbuch aufgegriffen und definiert. Die vom Nachschlagewerk festgelegte Definition dabei: „an excessive number of tourist visits to a popular destination or attraction, resulting in damage to the local environment and historical sites and in poorer quality of life for residents.“ (Oxford University Press 2018) Hier wird, wie

bei Klakow (2018) eindeutig der Fokus auf negative Effekte für die touristische Destination und die dort lebenden Menschen gelegt und die Perspektive der TouristInnen ausgeklammert. Außerdem wird hierbei auf den Umstand verwiesen, dass auch bestimmte Attraktionen und Sehenswürdigkeiten im Mittelpunkt von Overtourism stehen können und die negativen Auswirkungen konkretisiert, sowie Umwelt und historische Stätten miteinbezogen.

Overtourism wird oftmals auch als Gegenkonzept zum „nachhaltigen Tourismus“ oder als das Gegenteil von „verantwortungsvollem Tourismus“ verstanden. Wobei mit verantwortungsvollem Tourismus gemeint ist, dass Tourismus dazu genutzt wird, sowohl die Lebensqualität von Orten zu erhöhen als auch die Erfahrung für BesucherInnen zu verbessern. (vgl. Goodwin 2019b, S. 110)

Ein ähnlicher Begriff wie Overtourism, der ebenfalls verwendet wird, um dasselbe Phänomen zu beschreiben, ist „Tourismusphobie“ (oder „turismofobia“). Dieser wurde von der spanischen Presse geprägt. (vgl. Milano 2017, S. 5) Overtourism hat sich 2018 auf internationaler Ebene jedoch aufgrund der weiter verbreiteten Verwendung durchgesetzt. (vgl. Oxford University Press 2018)

Das Konzept und der Begriff Overtourism haben mittlerweile eine weite mediale Verbreitung gefunden und große Popularität erlangt, das Phänomen Massentourismus und damit einhergehende Probleme existieren allerdings schon länger. Auch Tourismuskritik ist grundsätzlich nichts Neues. Bereits in den 1970er Jahren wurde Massentourismus und die Auswirkungen davon als Problem erkannt. Ebenso tauchten in dieser Zeit die ersten Proteste lokaler Bevölkerungen auf, die mit dieser damals neuen Erscheinung konfrontiert wurden und unter den Effekten litten. (vgl. Pechlaner et al. 2020) Massentourismus ist als Begriff in seiner Bedeutung allerdings neutraler und beschreibt das Phänomen einer großen Anzahl von Reisenden an einem bestimmten Reiseziel (vgl. Wikipedia o. J.) oder in der Definition des Duden: „in großem Umfang betriebener Tourismus für breite Schichten der Bevölkerung“. In Abgrenzung dazu, ist dem Begriff Overtourism die negative Bedeutung inhärent. Er wird eindeutig dazu verwendet, um auf eine problematische Entwicklung im Tourismus und qualitative Verschlechterung sowohl für Einheimische als auch BesucherInnen hinzuweisen. Es ist einfach damit die subjektive Problemlage Betroffener auszudrücken, außerdem ist Overtourism zu einer Art Marke mit hohem Wiedererkennungswert geworden, was eine Erklärung für die vielfache Verwendung in den letzten Jahren ist. (vgl. Goodwin 2019b, S. 110)

Overtourism ist eng mit dem Konzept der „tourism carrying capacity“, also der Tragfähigkeit einer touristischen Destination verbunden und baut gewissermaßen darauf auf. Das Konzept der Tragfähigkeit hat seinen Ursprung in der Biologie, in der es dazu verwendet wird, die maximale Menge einer Spezies in einem definierten Raum festzulegen, die mit den vorhandenen Ressourcen erhalten werden kann, ohne diese zu übernutzen. An dem Punkt, an dem mehr Exemplare einer Spezies vorhanden sind, als nachhaltig ernährt werden können, ist die Tragfähigkeit überschritten und damit ergeben sich dauerhafte Schäden für das Ökosystem. Auf den Tourismus angewandt besagt dieses Konzept, dass es eine maximale Anzahl von BesucherInnen in einer Destination gibt, die diese verträgt, bevor es zu einer inakzeptablen Verschlechterung der Situation in verschiedenen Aspekten kommt und sowohl die Lebensqualität der EinwohnerInnen, als auch das Erlebnis der TouristInnen beeinträchtigt wird. (vgl. Watson/Kopachevsky 1996, S. 169ff.)

Die Tragfähigkeit kann im touristischen Kontext in mehrere Kategorien unterteilt werden, wie von Watson/Kopachevsky (1996, S. 174ff.) vorgeschlagen:

- **Ökologische Tragfähigkeit** (gravierende Verschlechterung der Umweltsituation, die zu dauerhaften, schädlichen Veränderungen der Ökologie führt)
- **Physische Tragfähigkeit** (Überlastung der vorhandenen touristischen Einrichtungen, wie Unterkünfte, aber auch allgemein der Infrastruktur)
- **Ökonomische Tragfähigkeit** (im Wesentlichen eine Kosten-Nutzen-Rechnung, ab wann gewünschte wirtschaftliche Funktionen durch Tourismus verdrängt werden)
- **Soziale Tragfähigkeit** (Einheimische fühlen sich durch TouristInnen in ihrem täglichen Leben gestört und verdrängt, sodass sich eine ablehnende Haltung entwickelt)
- **Psychische Tragfähigkeit** (Menschen fühlen sich durch Tourismus in einer Destination nicht mehr wohl, etwa gestresst durch Crowding)

Overtourism kann also als Begriff verstanden werden, der den Zustand bezeichnet, an dem in einer Destination die Tragfähigkeit in einem oder mehreren der angeführten Aspekte überschritten wurde. Es ist dabei nicht immer eindeutig, welche Problemlage in welche Kategorie fällt und häufig gibt es Überschneidungen. Zu stark steigende Mieten etwa können als Überschreiten der ökonomischen, sozialen und psychischen Tragfähigkeit interpretiert werden. Zudem kann etwa ein Überschreiten der physischen Tragfähigkeit in weiterer Folge auch das Überschreiten der ökologischen Tragfähigkeit zur Folge haben und dadurch

wiederum die soziale und psychische Tragfähigkeit überschritten werden. Klare Grenzwerte gibt es dabei nicht, das Überschreiten der physischen, ökonomischen und ökologischen Tragfähigkeit lässt sich jedoch leichter quantifizieren wie die soziale und psychische Tragfähigkeit. Gerade die letzten beiden Kategorien sind jedoch oftmals von großer Bedeutung, für das Zustandekommen von Overtourism, da es hierbei vor allem um die Wahrnehmung der BewohnerInnen geht, nach welcher „zu viele“ Touristen an einem Ort sind. „Eine richtige Definition des „Wahrnehmungsproblems“ mit physischen und infrastrukturellen, ökologischen und sozio-kulturellen, perceptuellen und psychologischen sowie ökonomischen Tragfähigkeiten gibt es für die Forscher noch nicht.“ (Tetzel 2018)

Es gibt also verschiedene Definitionen von „Overtourism“, die sich zwar ähneln, aber doch unterschiedliche Aspekte enthalten. Grundsätzlich ist ein „zu viel“ an Tourismus in bestimmten Orten zentral, wobei es, wie bereits festgehalten, keine klar festlegbaren Grenzwerte dafür gibt. Es gibt aber verschiedene Indikatoren und Gründe, die zur Entstehung dieses Eindrucks führen und die im weiteren Verlauf erhoben und analysiert werden. Auch wenn in einigen Definitionen eine Verschlechterung der Situation sowohl für Einheimische, als auch TouristInnen enthalten ist, konzentriert sich die Auseinandersetzung mit Overtourism in der vorliegenden Arbeit auf das Empfinden der lokalen Bevölkerung und die Probleme, die für diese entstehen können. Die BesucherInnenperspektive wird ausgeklammert, hat aber je nach Betrachtungsweise ebenfalls Relevanz.

Somit lautet die in dieser Arbeit verwendete Definition: Von Overtourism ist dann zu sprechen, wenn eine Destination mit übermäßigem, nicht mehr nachhaltigem Tourismus konfrontiert ist, der zu sinkender Lebensqualität der lokalen Bevölkerung führt und durch den in einem oder mehreren Aspekten die Tragfähigkeit überschritten wurden.

2.2 Entstehung von Overtourism

Die Betroffenheit von Overtourism ist bis zu einem gewissen Grad subjektiv und wie schon mehrfach erwähnt, nicht über objektive Werte eindeutig messbar. Peters et al. (2018, S. 16) haben jedoch Indikatoren entwickelt, woran sich allgemein das Risiko bestimmen lässt ob eine Destination von Overtourism gefährdet ist:

- Tourismusdichte (Übernachtungen pro km²) und
Tourismusintensität (Übernachtungen pro EinwohnerIn)

- Anteil von AirBnB an der gesamten Bettenkapazität
- Anteil des Tourismus am Bruttoregionalprodukt
- Flugreiseintensität (Ankünfte via Flugzeug pro EinwohnerIn)
- Nähe zu Flughäfen, Kreuzfahrthäfen und UNESCO-Stätten

Diese Indikatoren stellen einen Versuch dar, objektiv messbare Werte zu produzieren. Damit ist jedenfalls ein Vergleich zwischen Destinationen möglich. Hierbei muss jedoch angemerkt werden, dass solche Zahlen nicht allein für das Zustandekommen von Overtourism verantwortlich sind, sondern dies von vielen weiteren Faktoren und der Wahrnehmung dort lebender Menschen abhängt. Vor allem in einem urbanen Setting, ist es nicht immer möglich zwischen TouristIn und EinwohnerIn zu unterscheiden. Zudem bieten Werte, die sich etwa auf die Tourismusedichte beziehen die Möglichkeit sie je nach gewünschtem Ergebnis zu manipulieren, indem der Untersuchungsraum unterschiedlich abgegrenzt wird. (vgl. Wall 2019, S. 33)

2.2.1 Exponentielles Tourismuswachstum

Der Hauptgrund für die Entstehung von Overtourism sind die weltweit exponentiell wachsenden Zahlen an TouristInnen. Wie bereits in Kapitel 1.3.1 angeführt, stieg deren Zahl von 25 Millionen im Jahr 1950, auf rund 1,4 Milliarden im Jahr 2018 und bis zum Jahr 2030 prognostiziert die UNWTO bereits 1,8 Milliarden. Es gibt also so viel Tourismus wie noch nie zu vor und zusätzlich ein immer schnelleres Wachstum. Damit steigt der Nutzungsdruck, was besonders in Destinationen problematisch ist, die nicht komplett auf Tourismus ausgerichtet sind, sondern eine große Wohnbevölkerung aufweisen, die nicht von dieser Entwicklung profitiert, sondern sich vielmehr mit negativen Auswirkungen konfrontiert sieht. Neben steigendem Wohlstand und sinkenden Reisekosten sind dafür auch weltweit (Marketing-)Strategien der Destinationen verantwortlich, die auf eben dieses Wachstum ausgerichtet sind. Eine Zunahme im Volumen der TouristInnen ist vielfach gewünscht und ein langfristiges Ziel, das im Mittelpunkt der touristischen Entwicklungsstrategien vieler Zielorte steht. (vgl. Peters et al. 2018, S. 24) Verschiedene Ausprägungen die heute in Verbindung mit Overtourism gebracht werden sind grundsätzlich nicht neu. Punktuell übermäßigen Tourismus gibt es schon lange, die Dynamik und Geschwindigkeit der Prozesse, mit der in jüngerer Vergangenheit immer mehr Orte problematische Zustände im Tourismus erreichten, stellen allerdings eine neue Situation dar. Die Erschaffung eines Begriffs für diese Zustände war somit

eine logische Konsequenz dieser Entwicklung, von der sich vieles auf ein noch nie dagewesenes Volumen und immer schnelleres Wachstum im Tourismus zurückführen lässt. Damit wurde in den letzten Jahren in vielen Destinationen ein Punkt überschritten, an dem die Tragfähigkeit nicht mehr gegeben ist. „Overtourism is but one example of what happens when more and more seek to consume a common resource, particularly when that resource is a finite common property resource [...].“ (Goodwin 2019b, S. 111)

Öffentliche Plätze die touristische Attraktionen darstellen, sind prinzipiell ein Allgemeingut und jedem ohne Einschränkungen zugänglich. AnbieterInnen von Führungen etwa, nutzen diesen Umstand als Geschäftsmodell. Aber auch wenn Orte für alle frei zugänglich sind, findet nur eine beschränkte Menge an Menschen dort Platz, irgendwann ist die physische Tragfähigkeit überschritten. Overtourism ist also in dieser Hinsicht ein klassischer Fall von Tragik der Allmende. (vgl. Goodwin 2017, S. 7)

Grundsätzlich ist Tourismus zwar ubiquitär, es gibt praktisch keinen Flecken auf der Welt, der vom Tourismus unberührt ist, allerdings gibt es manche Orte, die von viel mehr BesucherInnen aufgesucht werden als andere. Tourismus ist stark konzentriert und das auf allen Ebenen. Von Kontinenten angefangen, über Länder und Regionen und bis hin zur Stadttealebene, bestimmten Plätzen und Straßen. (vgl. Wall 2019, S. 27) Das weltweite Wachstum ist also nicht gleich verteilt, sondern es gibt beträchtliche Unterschiede je nach Destination und in manchen steigt das touristische Aufkommen besonders stark:

In Dubrovnik verdoppelte sich die Anzahl der Touristenankünfte von ca. 600.000 innerhalb von nur sieben Jahren auf ca. 1,3 Millionen im Jahr 2018. Dabei sind nur die Personen enthalten, die zumindest eine Nacht in dem Ort verbracht haben. (vgl. Luty 2019) Mit Kreuzfahrtpassagieren, die nur einen Tagesausflug in Dubrovnik machen, beläuft sich die Zahl 2018 auf knapp 3 Mio. Ankünfte. (vgl. Connolly 2019)

In Venedig wurden in den 1950er Jahren noch 2 Millionen BesucherInnen gezählt, 1995 waren es bereits 12 Millionen, 2011 dann 16 Millionen und bis 2017 hat sich diese Zahl innerhalb von nur 6 Jahren auf 30 Millionen beinahe verdoppelt. (vgl. Stanchev 2018, S. 7) An diesem Beispiel zeigt sich gut, wie sich das Wachstum in von Overtourism betroffenen Destinationen immer schneller steigert und im konkreten Fall in Venedig, im Zeitraum von 2011-2017 die absolute Zahl jährlicher TouristInnen um dieselbe Menge gewachsen ist, als von 1950-2011.

Während in Venedig und Dubrovnik eine Verdopplung der Ankünfte innerhalb von fünf Jahren stattgefunden hat, weisen andere Städte zwar ein geringeres, aber immer noch beträchtliches Wachstum auf. In Amsterdam etwa, ist im selben Zeitraum (2013-2018) eine Steigerung von knapp 50% (von 21,5 auf 29,6 Mio.) zu verzeichnen gewesen. (vgl. StatLine 2020)

Wie das touristische Wachstum zu Overtourism führt wird in der Literatur oftmals durch ein Phasenmodell erklärt, das den typischen Wandel in der Beziehung zwischen TouristInnen und Einheimischen über die Zeit darstellt. Zu Beginn, wenn die ersten Reisenden an einen Ort kommen, überwiegen meist Interesse und Gastfreundschaft und es gibt viele persönliche Beziehungen. Steigt die Anzahl der TouristInnen in einem Gebiet immer weiter an und werden damit einhergehend die touristischen Strukturen professioneller, verändert sich das Verhältnis. Anfängliche Neugier und persönliches Interesse wird in der Folge von hauptsächlich wirtschaftlichem Interesse abgelöst, die Beziehungen werden professioneller und unpersönlicher, die TouristInnen mehr hingenommen als begrüßt. In der nächsten Phase, wenn die Menge der TouristInnen weiter steigt und damit einhergehend die Infrastruktur überlastet wird und die Lebensqualität der ortsansässigen Bevölkerung sinkt, wird die Haltung zunehmend negativ. TouristInnen werden in dieser dritten Phase als Belästigung empfunden. In der vierten und letzten Phase spitzt sich diese Entwicklung weiter zu und es kommt zu offener Gegnerschaft und Konflikten zwischen Einheimischen und TouristInnen. (vgl. Mundt 2013, S. 241) Dieses, auch als Doxey's Irritation Index bekannte Modell, zeigt einen klaren Zusammenhang zwischen immer weiter steigenden Tourismuszahlen und letztendlich der Entstehung von Overtourism.

Allerdings findet im Laufe der Zeit nicht nur ein Wandel in der Art der Beziehung zwischen GastgeberInnen und Gästen statt, sondern auch der Typus der TouristInnen ändert sich. Während es anfänglich Menschen sind die bewusst eine möglichst andere Umwelt suchen, sind es mit zunehmender Anzahl immer mehr konventionelle TouristInnen, die sich weniger an die Kultur der Zielregion anpassen wollen und stattdessen eine Anpassung dieser an die eigenen Bedürfnisse fordern. (vgl. Mundt 2013, S. 241)

Wie sich hier bereits abzeichnet, ist die absolute Menge an TouristInnen aber nicht der einzige Grund warum es in einer Destination zu Overtourism kommt. Wenn die Intensitäten anhand der Übernachtungen pro EinwohnerIn verschiedener Tourismusregionen und Städte verglichen werden, gibt es einige die deutlich höhere Werte aufweisen, wie bekannte

Overtourism-Destinationen. In Tirol etwa gibt es ungefähr dreimal mehr Übernachtungen pro EinwohnerIn als in Venedig, aber kaum Probleme damit. (vgl. Alexis 2017, S. 289) Ein entscheidender Faktor ist nämlich die räumliche und zeitliche Konzentration von TouristInnen, denn meistens verteilen sich diese nicht gleichmäßig übers Jahr auf ein Gebiet, was Vergleiche anhand der Übernachtungen pro Einwohner je nach Betrachtungsebene schwierig macht. Auch die Wachstumsraten haben Einfluss darauf, wie der Tourismus von der lokalen Bevölkerung wahrgenommen wird. Bei moderatem Wachstum kann sich ein Gewöhnungseffekt einstellen, während dies bei zu schnellem Wachstum sehr viel schwieriger ist. (vgl. Kagermeier/Erdmenger 2019, S. 13f.)

2.2.2 Treiber des Wachstums

Wie die hohen touristischen Wachstumsraten zustande kommen kann auf mehrere Entwicklungen und Trends der jüngeren Vergangenheit zurückgeführt werden. Neben dem allgemein wachsenden Wohlstand und der zunehmenden Aufhebung von Reisebeschränkungen, sind einige Faktoren besonders für die Entstehung von Overtourism bedeutsam, welche in den folgenden Kapiteln beschrieben werden. Die Gründe für das exponentielle Wachstum und die in manchen Destinationen schon deutlich zu hohen Zahlen an TouristInnen zu eruieren ist bedeutsam, weil darauf aufbauend auch Maßnahmen für eine Reduktion gesetzt werden können.

Billigflüge

Ein Treiber des touristischen Wachstums und somit Verursacher von Overtourism an verschiedenen Destinationen sind Billig-Airlines. Dadurch werden Reisen zum einen für immer größere Bevölkerungsteile leistbar und zum anderen werden Kurz-Trips immer attraktiver. Ein Trend der jüngeren Vergangenheit, kürzere Reisen für nur wenige Tage, dafür mehrmals im Jahr, wird auch auf immer günstigere Flugtickets zurückgeführt. Flugtickets sind heute oft günstiger als Zugtickets für dieselbe Strecke. Das liegt an zu geringer Besteuerung und dem Umstand, dass NutzerInnen nicht entsprechend für die Emissionen bezahlen, sondern diese externen Kosten von der Allgemeinheit getragen werden. (vgl. Goodwin 2017, S. 5)

Der Marktanteil von Billig-Airlines nimmt kontinuierlich zu und ist von 24% im Jahr 2009, auf 36% im Jahr 2018 am europäischen Gesamtmarkt gestiegen. Die Anzahl der Sitzplätze ist im selben Zeitraum von 224.000 auf 502.000 gestiegen und hat sich damit innerhalb eines Jahrzehnts mehr als verdoppelt. Prognosen die von einer fortlaufenden Entwicklung dieses

Trends ausgehen, rechnen damit, dass 2027 die Hälfte des europäischen Flugverkehrs aus Billig-Flügen bestehen wird. (vgl. anna.aero 2018)

Das starke touristische Wachstum in Prag etwa, wird wesentlich auf die vermehrt angebotenen, weltweiten Verbindungen mit der Stadt durch den Markteintritt von Billig-Airlines zurückgeführt. Von 2004 bis 2008 gab es dadurch einen enormen Anstieg günstiger Flüge in die Stadt und nach einem kurzen Einbruch (2008 bis 2014), setzte sich der Wachstumstrend wieder fort. Ein großer Anteil der TouristInnen die via Billig-Airline nach Prag kommen, stammen aus Großbritannien und Irland. Die Kombination aus guten, günstigen Verbindungen und niedrige Preise in Prag führten dazu, dass die Stadt zu einer beliebten Destination für Junggesellenabschiede wurde. (vgl. Rončák 2019, S. 156f.)

Kreuzfahrttourismus

Kreuzfahrten und die damit verbundenen TagesbesucherInnen stellen einen wesentlichen Faktor dar, der vor allem in maritimen Destinationen zu Overtourism führen kann. Die wichtigsten Gründe, warum sich Menschen für eine Kreuzfahrt entscheiden, sind einer forsa-Umfrage zufolge, die im Auftrag von CLIA (2019b), dem weltweit größten Verband der Kreuzfahrtindustrie, durchgeführt wurde:

- Die Vielfalt der besuchten Reiseziele in relativ kurzer Zeit (79%)
- Der höhere Komfort gegenüber einem Urlaub an Land (76%)
- Die Vielfalt des Freizeit- und Kulturangebots an Bord (73%)

Der Kreuzfahrtmarkt ist das am schnellsten wachsende Segment in der Tourismusindustrie. Das durchschnittliche jährliche Wachstum in diesem Bereich beträgt 4,5% und übersteigt damit die allgemeine Wachstumsrate im Tourismus. (vgl. Klesse 2016) Weltweit gab es 2018 28,5 Millionen Kreuzfahrtpassagiere, was einer Steigerung um 6,7% gegenüber dem Jahr davor entspricht und somit auch deutlich über der Rate der zehn Jahre davor liegt. Der größte Markt für Kreuzfahrten liegt in Nordamerika, worauf 14,2 Millionen Passagiere entfallen, Europa liegt bei 7,2 Millionen Passagieren. (vgl. CLIA 2019a)

Ein Beispiel für Overtourism durch Kreuzfahrten ist Kotor in Montenegro. Mittlerweile handelt es sich dabei um die dritt beliebteste Kreuzfahrtdestination im Mittelmeer. 2019 legten dort insgesamt 500 Schiffe an, die 500.000 Menschen in die kleine Stadt brachten. 2003 waren es

noch lediglich 50 Schiffe und 50.000 Personen. Das entspricht einer Verzehnfachung in 16 Jahren. (vgl. Connolly 2019)

Auch in Barcelona, der am stärksten frequentierten Kreuzfahrtdestination in Europa, gab es ein starkes Wachstum bei den Passagierankünften. Von 572.000 Personen im Jahr 2000, hat sich die Anzahl bis zum Jahr 2017 auf 2,7 Millionen mehr als verfünffacht. Mehr als die Hälfte der Kreuzfahrtpassagiere die in Barcelona anlegen besuchen die Stadt als TagestouristInnen. Nur knapp ein Viertel verbringt zumindest eine Nacht in der Stadt, der Rest verbringt sie auf dem Schiff oder reist direkt weiter zum Flughafen. Kreuzfahrten sind für Barcelona einer der wesentlichen Treiber, die zu Overtourism in der Stadt führen. (vgl. Goodwin 2019a, S. 132)

Neben der großen Anzahl an TouristInnen, die in kurzer Zeit eine Destination von Kreuzfahrtschiffen aus besuchen und somit zu Overcrowding beitragen, stellt auch deren Konsumverhalten ein Problem dar. Kreuzfahrtpassagiere tragen durch die Unterkunft und Verpflegung am Schiff kaum etwas zur Wertschöpfung im besuchten Ort bei. (vgl. Domènech/Gutiérrez 2019) Dies führt zu Unmut bei den BewohnerInnen, weil TagesbesucherInnen von Kreuzfahrten in deren Wahrnehmung hauptsächlich zu problematischen Zuständen, wie Überlastung der örtlichen Infrastruktur beitragen und nur wenige lokale Geschäftstreibende davon profitieren, wie etwa Souveniershops.

Ein weiteres Problem dabei ist, dass Kreuzfahrtpassagiere meist auffälliger sind, als TagestouristInnen, die aus der näheren Umgebung kommen und sich dadurch besser einfügen können. (vgl. IUBH 2019)

Tagestourismus

Ein Trend der in starkem Zusammenhang mit der steigenden Popularität von Kreuzfahrten steht, ist das Besuchen einer touristischen Destination für nur einen Tag oder ein paar Stunden, ohne dabei eine Nacht dort zu verbringen. Viele TagesbesucherInnen kommen, wie im vorigen Kapitel erwähnt, von Kreuzfahrtschiffen, wo die Übernachtung stattfindet. Mit der zunehmenden Beliebtheit von Kreuzfahrten, steigt somit auch die Menge der nicht übernachtenden Gäste in Destinationen in unmittelbarer Nähe zu Häfen. Ein weiterer Faktor, der zu einer Vielzahl von TagesbesucherInnen führt, sind organisierte Gruppenreisen. Dabei werden mit Bussen nacheinander verschiedene Destinationen angefahren, in denen jeweils oft nur wenige Stunden verbracht werden. Zudem kommen je nach Destination auch viele

TagesbesucherInnen aus der näheren Umgebung hinzu. Unabhängig von ihrer Herkunft zählen Tagesausflüge in den meisten Statistiken nicht zum Tourismus, wie in Kapitel 1.1 erläutert, sind aber oft zu einem erheblichen Teil für das sichtbare touristische Aufkommen verantwortlich. Oftmals gibt es zur Anzahl der TagesbesucherInnen überhaupt keine verlässlichen Angaben, da diese schwieriger zu erfassen sind, als übernachtende Gäste. Dadurch ist die Situation in manchen Destinationen angespannter als in Statistiken ersichtlich.

TagesbesucherInnen sind auch ein wesentlicher Faktor, der zu Overcrowding führt. Diese haben durch die fehlende Unterkunft und kurze Aufenthaltsdauer ein anderes Bewegungsprofil als TouristInnen die für längere Zeit in einer Destination bleiben. (vgl. Reif 2019, S. 261) Wie in einer Untersuchung zur räumlichen Verteilung von TagesbesucherInnen in Hamburg gezeigt wurde, konzentrieren sich die meisten auf wenige innerstädtische Hotspots, wo sich die beliebtesten Sehenswürdigkeiten befinden und anderen präferierten Aktivitäten, die hinter den Motiven eines Tagesausflugs stehen nachgegangen werden kann. Abgelegene Orte außerhalb des Zentrums werden hingegen kaum aufgesucht. (vgl. ebd., S. 280)

Ein Beispiel für eine Destination, die stark von Tagestourismus betroffen ist, ist Luzern in der Schweiz. Die Stadt und umliegende Region ist bei asiatischen TouristInnen sehr beliebt und ein Aufenthalt dort ist Teil von bis zu 80% der Gruppenreisen in Zentraleuropa. Während die Zahlen europäischer BesucherInnen rückläufig sind, gibt es einen starken Anstieg von solchen aus Asien. Ein Hotspot für TagesbesucherInnen ist dabei der Schwanenplatz. Es gibt zwar keine gesicherten Zahlen, aber Schätzungen die auf der Anzahl dort haltender Reisebusse basieren, gingen im Jahr 2011 noch von 800.000 aus, 2017 waren es bereits 1,4 Millionen Gruppenreisende. Man nimmt an, dass rund 50% davon in der Region übernachten. (vgl. Hanser Consulting AG 2018, S. 7ff.) Die Menschen, die mit solchen Reisegruppen nur für ein paar Stunden in die Stadt kommen, geben wenig bis gar kein Geld für Unterkunft und Verpflegung aus, hauptsächlich profitieren Juweliere und Uhrengeschäfte finanziell. Diese Sparte macht 90% ihres Umsatzes mit Reisegruppen. Die Umsätze die hier durch Reisegruppen für manche Geschäfte in Luzern generiert werden sind beträchtlich, allerdings profitieren davon nur wenige. Darin ist auch begründet, dass viele EinwohnerInnen dem Tourismus mittlerweile ablehnend gegenüber stehen, weil sie nur mit negativen Effekten, wie überfüllten

Plätzen und Touristifizierung konfrontiert sind und ihre Lebensqualität dadurch als beeinträchtigt erleben. (vgl. Weber et al. 2019, S. 169)

Hamburg gilt als Beispiel für eine klassische städtetouristische Destination, die eine hohe Beliebtheit als Tagesreiseziel bei deutschen TouristInnen hat. Die Stadt zählt rund 21 Millionen Übernachtungen pro Jahr, also durchschnittlich 58.000 pro Tag. Hinzu kommen noch 230.000 TagesbesucherInnen. In Hamburg sind also an einem durchschnittlichen Tag viermal mehr TagesbesucherInnen im Stadtraum zu finden, als übernachtende TouristInnen. Dieses Tourismussegment hat in Hamburg somit eine größere Bedeutung als der klassische Tourismus. (vgl. Reif 2019, S. 267) Des Weiteren heißt das, dass TouristInnen inklusive TagesbesucherInnen knapp ein zusätzliches Sechstel der Hamburger Bevölkerung ausmachen, was sich dementsprechend auf die Stadt auswirkt.

In anderen Destinationen gibt es sogar noch mehr TagesbesucherInnen im Verhältnis zu übernachtenden Gästen. In der 754 EinwohnerInnen Gemeinde Hallstatt kommen zu 140.000 Nächtigungen im Jahr noch rund 1 Million Menschen, die maximal einen Tag hier verbringen. An Spitzentagen halten sich bis zu 10.000 Menschen in dem kleinen Ort auf, was einem vielfachen der Bevölkerung entspricht. (vgl. Land Oberösterreich; vgl. Benz 2019)

Der Anteil von TagesbesucherInnen am touristischen Gesamtaufkommen variiert zwar je nach Destination, aber die Beispiele zeigen deutlich, dass diese Form von Tourismus eine ganz wesentliche Rolle bei der Entstehung von Overtourism spielt.

Digitalisierung und Kurzzeitvermietung

Die zunehmende Digitalisierung der Tourismusindustrie führt zu Vereinfachungen im Buchungsprozess, besserer Vergleichbarkeit und sinkenden Kosten. Dadurch wird Reisen attraktiver und für mehr Menschen leistbar, wodurch das touristische Aufkommen steigt. Außerdem bietet das Internet neue Möglichkeiten zur Information, wodurch „Geheimtipps“ so schnell einem großen Kreis bekannt werden können. Die BesucherInnenanzahl kann auch durch positive Bewertungen und Empfehlungen anderer NutzerInnen steigen.

Eine spezielle Form von Digitalisierung im Tourismus sind AirBnB und andere Kurzzeitvermietungsplattformen. Diese bieten vergleichsweise günstige Übernachtungsmöglichkeiten und außerdem den Charme möglichst authentisch am Alltagsleben der Zielorte teilzunehmen. Neben möglichen sozialen Kontakten, die sich

zwischen GastgeberInnen und Gästen ergeben können, stehen für die meisten NutzerInnen solcher Plattformen allerdings ökonomische Gründe im Vordergrund. Dies trifft besonders stark auf jüngere Menschen, mit niedrigerem Einkommen zu. (vgl. EcoAustria 2019, S. 6f.)

Die Gründung von AirBnB fällt mit der letzten weltweiten Wirtschaftskrise zusammen, die zur Suche nach neuen Einkommensmöglichkeiten führte und Kurzzeitvermietungen waren eine solche. Gleichzeitig wurde auf Seite der KonsumentInnen nach günstigeren Unterkünften gesucht. Für den Erfolg notwendig waren dabei die Etablierung digitaler Zahlungssysteme und die weite Verbreitung von Smartphones. Auch ein kultureller Wandel hin zur sogenannten Sharing-Economy trug zum rasanten Wachstum bei. (vgl. Cesarani/Nechita 2017, S. 36f.)

Digitalisierung und speziell Kurzzeitvermietungsplattformen haben im Zusammenhang mit Overtourism eine doppelte Rolle. Einerseits treiben sie die Entwicklung durch Nachfragesteigerung und neue Angebote an und andererseits sind damit auch Auswirkungen, wie steigende Preise und Mieten verbunden. Darauf wird in einem eigenen Kapitel genauer eingegangen.

Filmtourismus und Soziale Medien

Ein nicht zu unterschätzender Faktor bei der Entstehung von Overtourism sind Filme und soziale Medien, die eine starke „Vorbildwirkung“ haben können.

Ein Beispiel dafür, dass eine Destination plötzlich stark in ihrem Bekanntheitsgrad steigen kann, weil sie als Drehort für einen Film oder eine Fernsehserie verwendet wurde, ist Dubrovnik. Die kleine Altstadt, die auch zum UNESCO Weltkulturerbe zählt, war die Vorlage für die fiktive Stadt „King’s Landing“ in der beliebten Serie Game of Thrones, viele Szenen wurden dort gedreht. Die Overtourism-Problematik in Dubrovnik ist zumindest bis zu einem gewissen Grad auf sogenannten Filmtourismus zurückzuführen. Neben Menschen die extra dafür anreisen, wird die Stadt deshalb nun auch häufiger von Kreuzfahrtschiffen angefahren. (vgl. Connolly 2019)

Weitere Beispiele sind Maya Bay auf Koh Phi Phi, in Thailand, wo der Film „The Beach“ gedreht wurde, Fjaðrárgljúfur in Island, wo ein Musikvideo von Justin Bieber entstanden ist und Skelling Michael in Irland, das als Drehort für „Star Wars“ fungierte. Maya Bay und Fjaðrárgljúfur mussten aufgrund zu vieler BesucherInnen vorläufig komplett gesperrt werden, weil die Ökosysteme zu stark beeinträchtigt wurden. Skelling Michael wurde zwar noch nicht

gesperrt, es kommen aber deutlich mehr Menschen zu der UNESCO-Weltkulturerbestätte aus dem sechsten Jahrhundert als auf Dauer verträglich wären. (vgl. Greife 2019)

In Thailand ist Filmtourismus ein wesentlicher Faktor, der zu Overtourism an verschiedenen Orten im Land geführt hat. Neben „The Beach“ wurden hier auch noch weitere Filme gedreht, die die Bekanntheit und BesucherInnenzahlen steigen ließen. Dazu zählen „The Hangover 2“ und der chinesische Film „Lost in Thailand“, der vor allem zu einer Vielzahl chinesischer TouristInnen führte, die Drehorte des Films besuchen. Einer davon, die Chiang Mai Universität, wurde dadurch plötzlich zu einer touristischen Attraktion und wird mittlerweile von 500 Menschen täglich aufgesucht, was zu einer Störung des Unterrichts und Müllproblemen führt. (vgl. Hess 2019, S. 115)

Neben schon länger existierendem Filmtourismus verändern in der jüngeren Vergangenheit auch soziale Medien, insbesondere Instagram, das Reiseverhalten von Menschen. Tourismus ist seit der Entwicklung verschiedener sozialer Medienplattformen ein wichtiges Thema auf diesen und manche, wie TripAdvisor haben sich auch genau darauf spezialisiert. Soziale Medien wurden in der jüngeren Vergangenheit immer wichtiger für die Reiseentscheidungen von Menschen, sowohl bei der Informationssuche als auch als Inspirationsquelle. (vgl. Gretzel 2019, S. 64)

Es kann zu explosionsartig steigenden Zahlen von BesucherInnen führen, wenn sich Bilder von bestimmten Orten plötzlich „viral“ verbreiten.

In Norwegen stiegen die BesucherInnenzahlen eines „Trolltunga“ genannten Felsvorsprungs, zwischen 2009 und 2014 von 500 auf 40.000. Dieser Anstieg ist darauf zurückzuführen, dass der abgelegene Ort, welcher sich für einzigartige Fotos eignet, über Instagram große Bekanntheit erlangte. (vgl. Miller 2017)

Bei vielen der plötzlich über Soziale Medien bekannt gewordenen Fotovorlagen, die mit einem regelrechten Ansturm konfrontiert sind, handelt es sich um naturnahe Orte, wie Nationalparks, in denen vor allem die ökologische Tragfähigkeit gefährdet ist. Es sind aber auch in Städten ähnliche Entwicklungen zu beobachten, wo Overcrowding und eine Störung der AnrainerInnen die beiden größten Probleme darstellen.

Broadacres in Houston ist ein normales Wohngebiet, dessen gepflasterte Gehwege zwischen Alleen über Instagram Berühmtheit erlangten. Die Gegend wurde zu einem beliebten

Fotomotiv für verschiedene Anlässe und mittlerweile werden bis zu 50 Fotoshootings gleichzeitig durchgeführt, wovon sich AnrainerInnen belästigt fühlen. Unter anderem auch deshalb, weil dabei viel Müll auf den Wegen zurückbleibt. (vgl. Tenbarge 2019)

Die AnwohnerInnen von Rue Crémieux, einer malerischen Straße in Paris, fordern von der Stadtverwaltung Eingangstore zu bauen, weil sich Viele durch die große Menge TouristInnen gestört fühlen, die dort hinkommen um Fotos zu machen, nachdem die Szenerie auf Instagram große Popularität erlangte. (vgl. Tenbarge 2019)

In Wanaka (Neuseeland) wurde der Effekt sozialer Medien bewusst vom örtlichen Tourismusbüro genutzt und „Influencer“ (Personen mit hoher Reichweite in sozialen Netzwerken) eingeladen, um ihre Erlebnisse dort online zu teilen. Daraufhin besuchten um 14% mehr TouristInnen die Region. Soziale Medien haben in den letzten Jahren einen immer größeren Einfluss auf die Reiseentscheidungen von Menschen, für viele sind die dort geteilten Bilder eine ähnliche Inspirationsquelle, wie klassische Reisekataloge. Allerdings bieten soziale Medien teilweise deutlich höherer Reichweite und bergen das Potential innerhalb kürzester Zeit Trends zu erzeugen. (vgl. Miller 2017)

Soziale Medien und die dort geteilten touristischen Aktivitäten können nicht nur zu Overcrowding an spezifischen Orten führen, sondern auch Menschen dazu motivieren, mehr zu reisen. Tourismus und die Welt zu bereisen, wird durch Plattformen wie Instagram immer mehr als erstrebenswerter Lebensstil vermarktet. Touristische Erlebnisse sind beliebte Motive, um das eigene Leben möglichst aufregend darzustellen und positives, virtuelles Feedback zu erhalten. „Thus, while social media use is not the only, and likely not the most important reason for overtourism, it certainly encourages behaviours that lead to crowding and it perpetuates images that influence others to travel to certain places and, once there, behave in certain ways.“ (Gretzel 2019, S. 70)

3 Overtourism: Kennzeichen und Auswirkungen

Eine Möglichkeit festzustellen ob eine Destination von overtourism betroffen ist, ist die von Peters et al. (2018, S. 48f.) vorgeschlagene Methode (soziale) Medien zu analysieren. Die Theorie dahinter ist, dass es bei Overtourism zu vermehrten Meldungen in sozialen Netzwerken oder beispielsweise dem Kurznachrichtendienst Twitter kommt. Es bietet sich

daher an, mithilfe von Monitoring-Werkzeugen zu analysieren, wie oft bestimmte Begriffe im Zusammenhang mit einem Ort genannt werden. Neben Overtourism selbst, einem durchaus technischen Begriff, der noch nicht zwingend im allgemeinen Sprachgebrauch zu finden ist, macht es Sinn auch andere Begriffe wie „crowding“ oder „Warteschlangen“ miteinzubeziehen. Neben sozialen Medien sind auch klassische Medien ein erster Anknüpfungspunkt, um Tendenzen zu Overtourism in einer Destination zu erkennen.

Grundsätzlich sind die im Folgenden näher ausgeführten Kennzeichen und Auswirkungen charakteristisch dafür, dass eine Destination von Overtourism betroffen ist. Je nach Ort kann es sein, dass nur eine, meist aber mehrere dieser Auswirkungen gleichzeitig vorzufinden sind.

3.1 (Over-) Crowding

Eine direkte Folgeerscheinung des wachsenden Tourismusvolumens sind zunehmende Menschenansammlungen im öffentlichen Raum. Diese kommen grundsätzlich dadurch zustande, weil TouristInnen sich nicht gleichmäßig in einer Destination verteilen, sondern gewisse Gebiete deutlich stärker frequentiert werden. Häufig handelt es sich dabei um innerstädtische Bereiche, wo touristische Attraktionen und Sehenswürdigkeiten zu finden sind. Gleichzeitig werden dieselben Räume auch von Einheimischen benützt, teilweise aus unterschiedlichen Motiven, jedenfalls aber mit dem Effekt, dass sich viele Menschen an denselben Orten befinden. (vgl. Kádár 2015, S. 9)

Unter diesem, auch als „Crowding“ bekannten, Phänomen wird grundsätzlich eine Situation verstanden, in der hohe Nutzungsdichte in bestimmten Gebieten zu Stress führt. Es handelt sich dabei nicht um ein rein urbanes Phänomen, Crowding kann auch an naturräumlichen Orten auftreten, wie etwa an überfüllten Plätzen in Nationalparks. Damit Crowding zustande kommt, ist zwar eine gewisse Anzahl an Menschen in einem bestimmten Raum notwendig, allerdings ist dies nicht der alleinige Faktor. Das Phänomen ist stark von der individuellen Wahrnehmung abhängig und nicht direkt an die tatsächliche Anzahl von Menschen geknüpft. Verschiedene andere Einflussfaktoren spielen ebenfalls eine Rolle, ob die hohe NutzerInnendichte als störend und belastend empfunden wird. Dazu zählen das Verhalten der anderen Menschen und wie stark die Identifikation mit diesen ist, Vorerfahrungen, sowie die Differenz zwischen erwarteter NutzerInnendichte und tatsächlicher Dichte. (vgl. Popp 2017)

Crowding ist also ein komplexes Phänomen und dessen Wahrnehmung von vielen Variablen abhängig. Menschenansammlungen und hohe NutzerInnendichte sind nicht zwangsläufig etwas negatives, sondern können im städtischen Kontext, vor allem aus touristischer Perspektive, auch positiv wahrgenommen werden. Leere Einkaufsstraßen und Innenstädte können befremdlich wirken, während reges Treiben das Gefühl vermitteln kann „am richtigen Ort“ zu sein und da wo „etwas los ist“. Allerdings ist der Grat zwischen positiver und negativer Wahrnehmung von Crowding schmal. (vgl. Reif 2019, S. 266)

Problematisch wird Crowding jedenfalls dann, vor allem aus Perspektive der EinwohnerInnen, wenn Menschenmassen an öffentlichen Plätzen oder in Straßen eine so hohe Dichte erreichen, dass das Passieren dieser Orte erschwert und zu einer belastenden Situation wird. Wie an diesem Beispiel aus Dubrovnik ersichtlich: „The host population is affected by the congestion and the lack of space in peak months, saying it takes them 40 minutes to walk Dubrovnik’s 300-metre pedestrian street.“ (Stanchev 2018, S. 15)

Derartige Überfüllung, bei der die physische Tragfähigkeit nicht mehr gegeben ist, sodass selbst die Fortbewegung zu Fuß erschwert und fast verunmöglicht wird, wird meist als „Overcrowding“ bezeichnet. Dieser Zustand, der für die lokale Bevölkerung Stress und Frustration verursacht, wird in vielen städtischen Destination als gravierendes Problem wahrgenommen, weil dadurch die Lebensqualität beeinträchtigt wird. (vgl. Popp 2017)

Während in vielen Destinationen Overcrowding vor allem in der Hauptsaison im Sommer ein Problem darstellte, wo viele AnwohnerInnen ohnehin selbst die Stadt verlassen haben, ist dieses Phänomen oftmals mittlerweile beinahe ganzjährig vorhanden. (vgl. van der Zee 2017)

Neben der Schwierigkeit von A nach B zu kommen, kann auch die Zugänglichkeit zu gewissen Orten durch Overcrowding erschwert werden. Geschäfte oder andere Einrichtungen, die sich (auch) an die lokale Bevölkerung richten, werden dadurch schwerer erreichbar und dies kann in weiterer Folge dazu führen, dass betroffene Räume in der Folge von Einheimischen gemieden werden. (vgl. Peters et al. 2018, S. 88)

Overcrowding kommt aber nicht automatisch durch eine gewisse Anzahl von TouristInnen zustande, wie eine Untersuchung von Kádár (2015) zeigt, in der Prag und Wien in dieser Hinsicht verglichen wurden, indem Bewegungsprofile analysiert und grafisch dargestellt wurden. Während in Prag Overcrowding eindeutig als Problem gesehen wird, ist dies in Wien

viel weniger der Fall, obwohl die historischen, touristisch stark frequentierten Zentren eine ähnliche Größe aufweisen und auch die Anzahl der Übernachtungen ist vergleichbar. Darüber hinaus sind die zwei Städte auch hinsichtlich des kulturellen Settings und der Anzahl ihrer touristischen Attraktionen vergleichbar. Der wesentliche Unterschied liegt in den strukturellen Verbindungen der touristischen Hotspots. Während die Wege zwischen einzelnen Punkten in Prag eine eher lineare, verästelte Struktur mit vielen „Sackgassen“ aufweisen, zeigt sich in Wien eine kompaktere, netzförmige Struktur, mit viel mehr verschiedenen Verbindungen zwischen den einzelnen Punkten. Dadurch teilen sich die Touristenströme besser auf und es kommt zu weniger problematischem Crowding.

Dies liegt unter anderem an der unterschiedlichen morphologischen Grundlage und andererseits aber auch an unterschiedlichen stadtplanerischen Ansätzen. Die Ringstraße in Wien stellt ein zentrales verbindendes Element dar, während in Prag eher eine axiale Ausrichtung vorhanden ist. Außerdem wurde in Wien bereits seit den 1950ern der Tourismus in der Stadtplanung berücksichtigt und gezielt entwickelt. Hingegen führte der sehr liberale Ansatz in Prag zu einem praktisch ungeplanten Wachstum. (vgl. Kádár 2015, S. 15)

Overcrowding ist auch deshalb sehr relevant für das Zustandekommen von Overtourism, weil es stark vom Gefühl und der Wahrnehmung der BewohnerInnen abhängig ist. Durch die zeitlich und räumlich starke Konzentration von TouristInnen werden diese besonders sichtbar und es verstärkt sich der Eindruck, dass es „zu viel“ Tourismus gebe. (vgl. Peters et al. 2018, S. 15)

3.2 Überlastete Infrastruktur

Ebenfalls in engem Zusammenhang mit zu hohen TouristInnenzahlen steht die Überlastung von (Verkehrs-)Infrastruktur. Dies wird manchmal auch als Overcrowding von Infrastruktur bezeichnet. Dieses Problem ist in unterschiedlichem Umfang, in praktisch allen von Overtourism betroffenen Destinationen zu finden. Das Spektrum reicht von überfüllten öffentlichen Verkehrsmitteln, auf gewissen Linien die touristische Attraktionen erschließen, bis hin zu Staus und blockierten Straßen durch touristischen Verkehr. UNESCO Weltkulturerbe Destinationen und solche mit prominenten Sehenswürdigkeiten sind besonders von überlasteter Infrastruktur betroffen. In ländlichen Regionen liegt dies meist an den viel zu niedrigen Transportkapazitäten, die nicht auf ein derartiges Volumen ausgelegt sind. Aber auch in urbanen Destinationen ist die Infrastruktur mittlerweile oft zu klein dimensioniert, um

die große Masse an TouristInnen bewältigen zu können. Durch die hohen Wachstumsraten im Tourismus, sind die Kapazitäten teilweise nicht mehr ausreichend, weil diese Dimensionen in der Planung nicht berücksichtigt wurden. (vgl. Peters et al. 2018, S. 90)

Als konkretes Beispiel für Verkehrsprobleme im Zusammenhang mit Tourismus, ist Luzern zu nennen. Die Probleme sind hier gemeinhin auf die große Anzahl an touristischen Bussen, die Reisegruppen transportieren und regelmäßig Straßen blockieren, zurückzuführen. (vgl. Weber et al. 2019, S. 169)

Auf Mallorca gibt es beinahe so viele Autos wie EinwohnerInnen. Dass der Motorisierungsgrad auf der Insel so hoch ist, wird neben dem schlecht ausgebauten öffentlichen Verkehr auch auf den Tourismus zurückgeführt. 2017 gab es 120.000 Mietwägen bei knapp 870.000 dauerhaften EinwohnerInnen. Dadurch ergeben sich Verkehrsprobleme, wie Staus, die zu längeren Arbeitswegen und Schwierigkeiten bei der Parkplatzsuche führen. (vgl. Bauzà 2018)

In Hallstatt gehören Parkplatzprobleme zum Alltag. Es ergeben sich aber auch Schwierigkeiten für RadfahrerInnen, die Probleme haben, durch die Touristenmassen zu kommen. (vgl. Benz 2019)

Probleme im Radverkehr sind auch in Amsterdam zu finden. In der Stadt, die für ihren hohen Radverkehrsanteil bekannt ist, führen TouristInnen, die authentisch am Amsterdamer Leben teilnehmen wollen, immer wieder zu Blockaden auf den Radwegen, was Ärger bei den Einheimischen verursacht. (vgl. O'Sullivan 2019)

3.3 Touristifizierung

Der Begriff „Touristifizierung“ wird in der Literatur unterschiedlich verwendet. In der vorliegenden Arbeit sind darunter Prozesse zu verstehen, bei denen vor allem urbane Räume funktionale Veränderungen durchlaufen, die eine zunehmende touristische Orientierung widerspiegeln. Das bedeutet konkret, dass Versorgungsinfrastruktur für die lokale Bevölkerung, wie Lebensmittelgeschäfte, zunehmend reduziert wird, während gleichzeitig immer mehr Angebote entstehen, die sich an TouristInnen richten. Damit in Verbindung steht auch die Schaffung von Unterkünften in Wohnquartieren und Preissteigerungen, die noch in einem eigenen Kapitel behandelt werden. Diese Entwicklungen führen mitunter auch zu einer Verdrängung der angestammten Wohnbevölkerung.

In Extremfällen kann Touristifizierung bei den verbliebenen EinwohnerInnen das Gefühl erwecken, in einer Art Vergnügungspark oder Freilichtmuseum zu leben, wo die baulichen Strukturen nur noch Fassaden sind und alles den touristischen Bedürfnissen untergeordnet erscheint. Dies wird manchmal auch als „Musealisierung“ oder „Disneyifizierung“ bezeichnet. (vgl. Kádár 2015, S. 9) Gerade bei kleineren Destinationen besteht die Gefahr, dass bei einem uneingeschränkten Fortlaufen der derzeitigen Entwicklungen in naher Zukunft tatsächlich niemand mehr dort wohnt und Dystopien von „Freilichtmuseen“ Realität werden.

Als konkretes Beispiel wurden in Dubrovnik viele Wohnungen zu touristischen Unterkünften umfunktioniert und es gibt kaum noch Geschäfte und Lokale die sich an die permanenten EinwohnerInnen richten. Stattdessen wurde eine Vielzahl an Shops, Restaurants und Cafés geschaffen, die sich auf TouristInnen spezialisiert haben. Dies führte zu einer starken Abwanderung der lokalen Bevölkerung, die im historischen Zentrum mittlerweile weniger als 1200 Personen ausmacht, während gleichzeitig 2000 TouristInnen in Apartments in der Stadt untergebracht werden können. Die Auswirkungen zeigen sich dabei saisonal stark unterschiedlich. Im Kontrast zur Überfüllung im Sommer, ist Dubrovnik im Winter praktisch menschenleer, viele Geschäfte und Lokale sind geschlossen und es gibt kaum kulturelles Leben. (vgl. Stanchev 2018, S. 15f.)

Auch in Hallstatt wird von den BewohnerInnen eine starke Touristifizierung beklagt. Während überall Souvenirs erhältlich sind, ist es schwierig geworden Dinge des täglichen Bedarfs zu besorgen. Die Geschäftsstruktur und die örtliche Gastronomie sind mittlerweile auf TouristInnen ausgerichtet, zudem sind die Preise deutlich angestiegen. (vgl. Berndt 2019)

Magaluf ist ein Ort auf Mallorca, der vielfach bereits als britische Exklave bezeichnet wird. Der Ort hat sich komplett auf die britischen Gäste ausgerichtet und eine extreme Form von Touristifizierung durchgemacht. Es kommen zwar auch TouristInnen aus Spanien und anderen Nationen dorthin um ihren Urlaub zu verbringen, die große Mehrheit kommt aber aus Großbritannien. Neben der großen Anzahl an BritInnen, die sich hier zu touristischen Zwecken aufhalten, ist die dominierende Sprache Englisch, vieles ist im britischen Maßsystem gehalten, britische Flaggen sind omnipräsent, Geschäfte, Bars, Pubs und Restaurants sind denen in Großbritannien nachempfunden, britische Lebensmittel werden importiert und es ist sogar möglich mit Pound Sterling zu bezahlen. (vgl. Harrison/Sharpley 2017, S. 187f.) Während die

britischen Gäste genau diesen Zustand zu schätzen wissen, gehen für die einheimische Bevölkerung Schwierigkeiten und fehlende Identifikation mit dem Ort damit einher.

In Amsterdam, einer Großstadt, in der der Tourismus im Vergleich mit Destinationen wie Dubrovnik eine untergeordnete Rolle spielt, ist ebenfalls Touristifizierung zu beobachten. In dem am meisten von TouristInnen frequentierten Stadtgebiet ist ein starker Anstieg von tourismusorientierten Geschäften und Shops festzustellen, gleichzeitig hat die Anzahl von Lebensmittelmärkten abgenommen. Die spezifische Ausprägung in Amsterdam führt zu einer großen Zahl an Eis-, Waffel- und Käseläden, die sich aber nicht mit den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung decken. (vgl. Stanchev 2018, S. 14f.) Zudem führt die ständige Präsenz von TouristInnen dazu, dass Menschen sich in ihrer eigenen Stadt nicht mehr zu Hause fühlen. In Gegenden und Häusern, wo im Extremfall alle NachbarInnen ständig wechselnde TouristInnen sind, weil die Wohnungen touristisch vermietet werden, geht die nachbarschaftliche Identität verloren. (vgl. van der Zee 2017) Die vielfache touristische Vermietung von Wohnungen bringt auch noch weitere Probleme. „Unruhe und Lärm etwa durch Überbelag, hohe Fluktuation, Abreise und Ankunft am Tagesrand oder in der Nacht und abweichendes Nutzungsverhalten in der Urlaubssituation können zu Konflikten führen.“ (Seidl et al. 2017, S. 23)

Venedig ist ein weiteres Beispiel für starke Touristifizierung. In der historischen Altstadt sind Lebensmittelläden und andere Geschäfte, die sich an Einheimische richteten, in den letzten Jahrzehnten immer mehr durch Souveniershops und andere tourismusorientierte Betriebe ausgetauscht worden. Die lokale Bevölkerung ist dadurch zunehmend gezwungen, ihre Einkäufe am entfernten Festland zu erledigen. (vgl. Stanchev 2018, S. 8) In vielen anderen europäischen Städten ist eine ähnliche Entwicklung festzustellen, bei der vor allem die Altstädte und historischen Zentren betroffen sind.

Es sind aber nicht nur historische Stadtzentren betroffen, die auf TouristInnen meistens die höchste Anziehungskraft haben. Das Beispiel Alfama in Lissabon zeigt, dass auch entlegene Stadtteile von Touristifizierung betroffen sein können. In Alfama, außerhalb des Zentrums, wohnten ursprünglich eher ärmere Bevölkerungsschichten. Doch mit steigender Beliebtheit dieses Viertels stieg auch die Anzahl an Unterkünften und Wohnungen die an TouristInnen vermietet wurden. Damit einhergehend wichen Lebensmittelgeschäfte und traditionell dort

angesiedelte Betriebe touristischen Shops und teuren Kleidungsgeschäften, die hauptsächlich TouristInnen als Zielgruppe ansprechen. (vgl. Haar 2018, S. 12)

Bei dieser Dynamik handelt es sich um eine relativ junge Entwicklung, die weniger auf das wachsende Tourismusvolumen zurückzuführen ist, sondern vielmehr auf veränderte Reisegewohnheiten und Trends. In erster Linie geht es dabei um den zunehmenden Wunsch vieler Reisender, möglichst authentische Erfahrungen zu erleben und in das Alltagsleben der BewohnerInnen einzutauchen. Vor allem für jüngere TouristInnen ist diese Form des Reisens, bei der die Entdeckung und Teilnahme an lokalen Lebensstilen im Vordergrund steht, oft attraktiver als historische Sehenswürdigkeiten zu besuchen oder klassische kulturelle Angebote zu nutzen. Aus diesem Grund steigt die Nachfrage nach Unterkünften in Stadtteilen abseits der Zentren und somit werden zunehmend Wohnquartiere touristisch frequentiert, die noch vor einigen Jahren vom Tourismus praktisch unberührt waren. (vgl. Freytag/Kagermeier 2019, S. 11) Damit einhergehend werden die Umgebungen zunehmend zu touristisch ausgerichteten Erlebnis- und Konsumzonen umfunktioniert. Neben ganzen Stadtteilen hat die dauerhafte touristische Vermietung von Wohnraum auch Einfluss auf kleinräumiger Ebene von Quartieren und indem dadurch nachbarschaftliche Beziehungen und der Charakter von Häusern verändert wird. (vgl. Seidl et al. 2017, S. 23)

Urbane Transformationsprozesse durch Touristifizierung und damit einhergehende Probleme für die lokale Bevölkerung, stellen in manchen Städten eine der größten stadtplanerischen Herausforderungen dieser Zeit dar. (vgl. Freytag/Kagermeier 2019)

3.4 Steigende Mieten und Preise

Stark steigende Mieten und Preise sind weitere Konsequenzen, die Overtourism auf einen Ort haben kann. Dass hier grundsätzlich ein deutlicher Zusammenhang zwischen steigenden Kosten und Tourismus besteht, zeigt sich etwa am Beispiel der Balearen. Auf diesen stark vom Tourismus geprägten Inseln war 2017 ein Preisanstieg bei Immobilien um 22% festzustellen, was dem zweithöchsten Anstieg in ganz Spanien entspricht. (vgl. Bauzà 2018) Dafür verantwortlich gemacht werden Immobilienspekulationen im Zusammenhang mit touristisch genutzten Zweitwohnsitzen. An Mallorcas Küste gibt es eine große Anzahl an Zweitwohnsitzobjekten, von denen 88% prinzipiell Leerstehen und damit vorrangig als Geldanlage dienen. Die Spekulationsimmobilien treiben auch die Preise auch für permanente EinwohnerInnen nach oben. (vgl. Stanchev 2018, S. 16)

Davon abgesehen werden für steigende Mieten im Zusammenhang mit Tourismus, zu einem großen Teil, Kurzzeitvermietungsplattformen wie AirBnB verantwortlich gemacht. Derartige Plattformen sind ein relativ junges Phänomen, AirBnB als die bekannteste, existiert seit 2007. Die ursprüngliche Intention dahinter war, eine Gemeinschaft von Menschen zu etablieren, die ein freies Zimmer in ihrer Wohnung oder eine temporär freistehende Wohnung, etwa weil die BesitzerInnen selbst gerade auf Reisen sind, kurzzeitig zu vermieten. (vgl. Henley 2019) Seitdem verzeichnete AirBnB einen steilen Aufstieg. Von 2014 an konnten dreistellige Wachstumsraten in vielen europäischen Städten erzielt werden, die auch den weltweit größten Markt für die Plattform darstellen. In Wien etwa, ist die Anzahl der Angebote innerhalb von drei Jahren bis 2017 um 561% gestiegen. (vgl. Seidl et al. 2017, S. 1) Neben AirBnB existieren auch andere Firmen mit demselben Konzept, aber keine hat eine so große Signifikanz. 2016 hatte AirBnB 2,8 Mio. Angebote weltweit, der zweitgrößte Anbieter HomeAway lag bei 1,2 Mio. Einträgen. (vgl. Haar 2018, S. 5)

Eine besonders umfangreiche Analyse der Angebotsstruktur von AirBnB wurde von Seidl et al. (2017) für Wien durchgeführt. In der Stadt mit knapp zwei Millionen EinwohnerInnen waren Stand 2017, 7564 Angebote mit 25609 Schlafplätzen gelistet. 69% davon waren ganze Wohnungen oder Häuser zur exklusiven Nutzung der Gäste. Das Angebot ist außerdem nicht gleichmäßig über die Stadt verteilt, sondern konzentriert sich räumlich auf die innerstädtischen Bezirke, die touristisch am attraktivsten sind. Auch innerhalb dieser Bezirke gibt es eine Konzentration des Angebots auf Gebiete mit großem Tourismusaufkommen und hoher Aufenthaltsqualität. (vgl. ebd., S. 7ff.)

Dichte Anzahl der Angebote in 500m

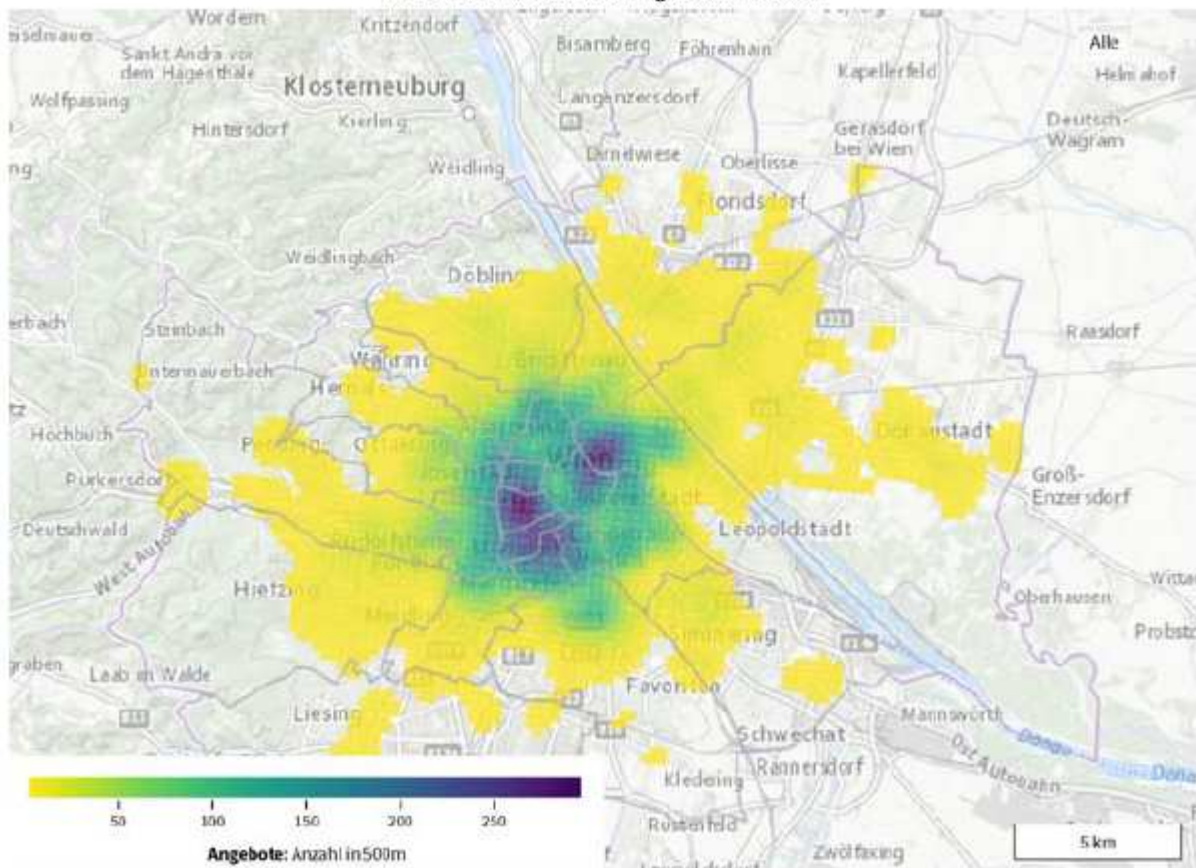


Abbildung 5: Verteilung der AirBnB-Angebote in Wien; Quelle: Seidl et al. 2017, S.3

Die wirtschaftliche Bedeutung von AirBnB in Wien ist beträchtlich und entspricht mit etwa 67,7 Mio. € Bruttoumsatz ca. 10% des gesamten Wiener Beherbergungsmarkts. Die mit AirBnB erzielbaren, steuerbegünstigten Einnahmen sind auch der Grund, warum sich die Vermietung von Wohnungen über AirBnB hoher Beliebtheit erfreut. Im Vergleich mit regulärer Vermietung ergeben sich je nach Lage Mehreinnahmen zwischen 36% und 75%. Durch die dauerhafte Vermietung über AirBnB werden Wohnungen dauerhaft dem Wohnungsmarkt entzogen, was zu steigenden Preisen führt. Auch wenn sich die Gesamtzahl noch in Grenzen hält, sind in den Hotspots innerhalb eines 500m Radius bereits 100 Wohnungen nicht mehr in regulärer Vermietung und was auf Verdrängungsprozesse schließen lässt. Wenn sich die derzeitigen Tendenzen fortsetzen, könnten 2022 bereits 46.000 Wohnungen dauerhaft dem Markt entzogen sein, was rund 5% des gesamten Angebots entsprechen würde (vgl. Seidl et al. 2017, S. 16ff.)

Auch wenn andere Faktoren, wie Spekulation und gesetzliche Regelungen zum sozialen Wohnbau ebenfalls eine Rolle spielen, hat die schnelle Ausbreitung dieser Plattformen einen

starken Effekt. In Palma de Mallorca etwa, sind nach einer 50%igen Zunahme des Angebots an Apartments für TouristInnen, die Mieten für die lokale Bevölkerung um 40% gestiegen. (vgl. Henley 2019)

Steigende Mieten führen zu Gentrifizierung und zur Verdrängung der angestammten Wohnbevölkerung. Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung in Venedig. In den 1990er Jahren betrug die Anzahl der EinwohnerInnen im historischen Zentrum noch gut 120.000, innerhalb von 30 Jahren ist sie auf 55.000 gesunken. Diese starke Abwanderung ist zu einem überwiegenden Teil auf immer höhere Mieten zurückzuführen, die wiederum darin begründet sind, dass immer mehr ImmobilieneigentümerInnen in der Stadt Wohnhäuser zu Hotels umwandeln oder Wohnungen über Kurzzeitvermietungsplattformen an TouristInnen vermieten. Durch die immer geringere Menge an verfügbarem Wohnraum, steigen die Preise für die verbliebenen Wohnungen. (vgl. Stanchev 2018, S. 8) Am Beispiel Venedig ist auch gut ersichtlich, dass sich AirBnB mittlerweile stark von der Gründungs idee entfernt hat. In vielen Städten werden mittlerweile teils in professionellem Rahmen, ganze Wohnungen dauerhaft vermietet und nicht nur leerstehende Zimmer oder temporär freier Wohnraum. In Venedig waren 2019 75% der insgesamt 8907 Angebote auf AirBnB ganze Wohnungen und 63% der AnbieterInnen haben gleichzeitig mehrere aktive Einträge. Diejenigen, die die zehn meisten Angebote aufweisen, haben gleichzeitig 39 – 122 aktive Einträge. Hier handelt es sich also definitiv um professionelle AnbieterInnen. Der über AirBnB vermietete Wohnraum ist zudem nicht gleichverteilt, sondern 75% befindet sich im historischen Zentrum der Stadt. Dort sind 12% der gesamten Wohnfläche bereits auf AirBnB gelistet, ein Großteil davon ist dauerhaft dem Wohnungsmarkt entzogen. (vgl. Corona 2019) In Florenz werden sogar 20% der Wohnungen im historischen Zentrum über AirBnB vermietet. (vgl. Haar 2018, S. 12)

Auch wenn die Preissteigerungen für Wohnraum nicht immer und eindeutig nur auf touristische Nutzungen zurückzuführen sind, zeigen die Zahlen dieser Beispiele, dass ein deutlicher Einfluss unbestreitbar ist.

Auch in Destinationen, die weniger von Overtourism betroffen sind, wie Madrid, ist die dauerhafte Wohnbevölkerung im Zentrum seit 2005 um 15.000 Personen gesunken. Dafür wird mitunter die touristische Nutzung von Wohnraum verantwortlich gemacht. Teilweise ist schwer feststellbar, wie sehr steigende Mieten mit Tourismus im Zusammenhang stehen und bis zu welchem Grad die Problematik „normalen“ Gentrifizierungstendenzen geschuldet ist.

In Madrid dürften sich die Prozesse gegenseitig verstärkt haben und eine bereits stattfindende Gentrifizierung wurde durch die zunehmende Kurzzeitvermietung von Wohnraum an TouristInnen weiter verschärft. (vgl. Haar 2018, S. 12)

Zusätzlich zu steigenden Immobilienpreisen und Mieten können auch die Preise in der Gastronomie stark ansteigen, wie im historischen Zentrum von Venedig ersichtlich. Auch die EinwohnerInnen müssen die hohen „Touristenpreise“ bezahlen. Pessimistische Prognosen gehen davon aus, dass bei einem Fortlaufen der momentanen Entwicklungen, 2030 niemand mehr dauerhaft in Venedig wohnen wird. (vgl. Stanchev 2018, S. 8)

3.5 Beeinträchtigungen der Umwelt und Beschädigungen historischer Bausubstanz

Die Auswirkungen von Overtourism betreffen auch die natürliche und gebaute Umwelt. Negative Folgen für die Umwelt sind zwar grundsätzlich etwas, das immer im Zusammenhang mit Tourismus auftreten kann, im Zusammenhang mit Overtourism ist die Dimension aber eine viel größere. Sie ist so groß, dass die Auswirkungen auf Dauer nicht mehr verkraftbar sind und somit die Tragfähigkeit überschritten wird.

Overtourism ist im Hinblick auf Umweltauswirkungen durch einen hohen Ressourcenverbrauch gekennzeichnet, der nicht mehr nachhaltig ist und durch die Entstehung großer Abfallmengen, deren adäquate Beseitigung nicht mehr sichergestellt werden kann. Ersichtlich etwa auf Mallorca, wo TouristInnen den doppelten Verbrauch an natürlichen Ressourcen wie Trinkwasser haben, als die EinwohnerInnen. Die großen Abfallmengen, die von TouristInnen produziert werden, müssen zweimal täglich von der Müllabfuhr abgeholt werden. Die beschränkten natürlichen Ressourcen auf der Insel werden damit überstrapaziert. (vgl. Stanchev 2018, S. 17)

TouristInnen konsumieren und verbrauchen grundsätzlich mehr Ressourcen auf Reisen, als sie zu Hause verbrauchen würden. Dies stellt für die Zielorte eine große Herausforderung dar, weil diese dafür verantwortlich sind, den verhältnismäßig hohen Ressourcenverbrauch und auch die damit einhergehende Abfallentsorgung sicherzustellen. (vgl. Wall 2019, S. 28)

Übermäßige Umweltschäden entstehen auch durch Kreuzfahrtschiffe. In der Bucht von Kotor in Montenegro beispielsweise, liegen mittlerweile oft drei Kreuzfahrtschiffe gleichzeitig vor Anker. Das Problem dabei ist, dass durch die enorme Größe der Schiffe nur eines direkt am

Hafen anlegen kann und die anderen weiter draußen ankern müssen. Die Anker führen zu dauerhaften Beschädigungen des Meeresbodens und auch durch die Motoren werden Flora und Fauna gestört. Dazu kommt die besondere Situation von Kotor, aufgrund der Topografie (die Bucht ist von Bergen umgeben) und der gesetzlichen Lage. Im Gegensatz zur EU gibt es in Montenegro praktisch keine Umweltschutzgesetze, daher dürfen die Schiffe billigeres schwefelhaltiges Öl verwenden und die Abgase können durch die Kesselsituation schlechter abziehen. Es gibt bereits jetzt nachhaltige Schäden der Ökologie durch den übermäßigen Kreuzfahrttourismus, die bei gleichbleibender Entwicklung noch weiter zunehmen werden. (vgl. Connolly 2019)

Auch wenn die Schädigungen und Beeinträchtigungen auf die Umwelt auf den ersten Blick klar ersichtlich und messbar erscheinen mögen, ist dies nicht zwangsläufig immer so. Es gibt hinsichtlich der Messbarkeit zwei verschiedene Ansätze. Umweltveränderungen können entweder auf einer physischen, objektiv wissenschaftlichen Ebene betrachtet werden oder hinsichtlich der Wahrnehmung betroffener Menschen. Als Beispiel kann die Wasserqualität herangezogen werden. Während diese mit naturwissenschaftlichen Methoden etwa durch PH-Wert und Sauerstoffanteil analysiert werden kann, ist für Laien im Normalfall die Wasserfarbe oder das Vorhandensein von Algen ersichtlich und damit relevanter. (vgl. Wall 2019, S. 31ff.)

Nicht nur die natürliche, auch die gebaute Umwelt wird durch Overtourism in Mitleidenschaft gezogen. Historische Bausubstanz, wie Monumente aus vergangenen Kulturen, die beliebte touristische Sehenswürdigkeiten darstellen, werden durch zu viele BesucherInnen beschädigt. In Rom etwa sind viele der historischen Bauwerke einer großen Menge TouristInnen ausgesetzt, die dort essen und trinken, was zu Schäden und Verschmutzung führt. Neben großen Abfallmengen, die dabei zurückbleiben, betrifft dies auch Kaffee- und Rotweinflecken oder ausgespuckte Kaugummis, die sich nur schwer entfernen lassen. Auch konstanter, physischer Kontakt, etwa durch Rollkoffer, führt zu Beschädigungen. Die Spanische Treppe ist ein gutes Beispiel hierfür. Die im 18. Jahrhundert gebauten, weißen Marmorstufen, die zu den größten touristischen Attraktionen in der Stadt zählen, wurden deshalb 2016 generalsaniert. (vgl. Brady 2019)

3.6 Verhalten der TouristInnen

Ein Grund warum es zu Konflikten zwischen Einheimischen und TouristInnen kommen kann, liegt im veränderten Verhalten der Reisenden, im Vergleich zum normalen Alltag zu Hause, wie bereits kurz erwähnt. Der Urlaub stellt für viele eine Ausnahmesituation dar, in der unterdrückte Wünsche ausgelebt werden, Genuss im Vordergrund steht und Zwänge des Alltags abgelegt werden. Gleichzeitig befinden sich die EinwohnerInnen einer Tourismusdestination aber in ihrem Alltag und können sich somit vom freizügigen Verhalten der TouristInnen leichter gestört fühlen. Weiter verschärft wird die Situation, wenn die Kultur der Zielregion sehr konservative, religiös geprägte Moral- und Wertevorstellungen hat. (vgl. Freyer 2015, S. 605)

Diese Verhaltensweise von TouristInnen wird in der Literatur als Fluchtthese bezeichnet. „Diese These besagt, dass die Ferienkultur suspensiven (die Zwänge zeitweilig aufhebenden), regenerativen (die körperliche und seelische Erschöpfung ausgleichenden) und kompensativen (für Defizite der Alltagswelt entschädigenden) Charakter hat und somit die durch Rationalisierung, Spezialisierung und Verlust des Lebenszusammenhanges gekennzeichnete Industriegesellschaft funktionstüchtig erhalte“. (Thiem 2001, S. 30)

Es können also auch positive Aspekte darin gesehen werden, wenn die Fluchtthese aus Perspektive der Reisenden angewandt wird. Für die Menschen vor Ort ergeben sich dadurch allerdings vorrangig Probleme, wie konstanter Lärm durch feiernde TouristInnen.

Viele Destinationen, die eher jüngeres und feiermotiviertes Publikum anziehen, haben mit regelmäßigen Partys und deren Nebenwirkungen zu kämpfen. Ein Beispiel dafür ist Magaluf auf Mallorca, wo während der Hochsaison, Alkoholexzesse praktisch zu jeder Tages- und Nachtzeit stattfinden und massenhaft Betrunkene unterwegs sind, die sich rüpelhaft verhalten und laut sind. Der Geruch von Erbrochenem ist regelmäßig in den Straßen wahrzunehmen. (vgl. Harrison/Sharpley 2017, S. 188)

Während Magaluf komplett auf Massentourismus ausgerichtet ist, sind auch urbane Destinationen wie Amsterdam zunehmend mit ähnlichen Problemen konfrontiert. Nämlich ein spezifisches Publikum anzuziehen, von dem sich die Wohnbevölkerung zunehmend gestört fühlt. Die Stadt ist bekannt für ihre liberale Haltung und viele TouristInnen kommen wegen einfach zu erwerbendem Cannabis, dem Nachtleben und der Sexindustrie. Eine spezielle

Klientel sind dabei Junggesellenabschiede, für die Amsterdam ein beliebter Austragungsort geworden ist. Viele BesucherInnen überstrapazieren mittlerweile die, grundsätzlich zwar hohe Toleranz der EinwohnerInnen, durch respektloses Verhalten. Sachbeschädigungen, Erbrochenes und konstanter Lärm, auch unter der Woche, gehören mittlerweile zum Alltag. Das Image der Stadt führt bei manchen zum Gefühl, es gebe kaum Regeln und Verbote. Überall in der Öffentlichkeit Alkohol und Cannabis zu konsumieren, ist aber eigentlich nicht Teil der Amsterdamer Kultur und führt somit zu Irritationen bei den Einheimischen. (vgl. O'Sullivan 2019) (vgl. van der Zee 2017)

Prag ist ein weiteres Beispiel für eine Großstadt, in der es Probleme mit einem bestimmten Typ von TouristInnen gibt. Die Stadt wurde, wie bereits beschrieben, unter anderem durch viele Billig-Flugverbindungen und günstige Preise vor Ort zu einem beliebten Ziel für Junggesellenabschiede und generell feierfreudiges Publikum. Sogenannte Pub Crawls und andere Tour-Angebote, die mit viel Alkohol in Verbindung stehen, sind ein wachsendes Problem in der Stadt, deren ursprünglicher, eher ruhiger Charakter mittlerweile stark verändert ist. BewohnerInnen berichten von sinkender Lebensqualität durch den Tourismus und dem Gefühl, dass betrunkene PartytouristInnen die Stadt „erobert“ haben und sich dementsprechend verhalten. Nicht nur konstanter Lärm, auch Sachbeschädigungen und anderes, respektloses Verhalten gehören hier immer mehr zum Alltag. Dadurch werden zunehmend BewohnerInnen aus dem Stadtzentrum verdrängt, weil sie sich von den vielen feiernden TouristInnen und den damit einhergehenden Belastungen gestört fühlen. Dies führt zu psychischer Belastung, die wiederum zu Frustration, zunehmender Abneigung und teils offener Aggression gegenüber TouristInnen führt. Die feiernden TouristInnen sind für manche aber eine sehr gute Einnahmequelle, weshalb es großen Widerstand gegen Regulierungen durch die Stadt gibt. (vgl. Tait 2019)

Andere Probleme mit touristischem Verhalten sind in Hallstatt zu beobachten. Auch hier fühlt sich die ortsansässige Bevölkerung mittlerweile zum Teil massiv von den Massen an TouristInnen und deren Verhaltensweisen gestört. In Hallstatt liegt die Problemlage dabei etwas anders verortet, als in vermeintlichen Partystädten wie Amsterdam oder Prag. Hier wird übermäßiges Filmen und Fotografieren mittels Drohnen, das mittlerweile verboten wurde, als Ärgernis empfunden. Die örtlichen Lokale können von den Einheimischen praktisch nicht mehr benutzt werden, da sie ständig mit BesucherInnen aus aller Welt gefüllt sind. Die in

Hallstatt wohnenden Menschen fühlen sich auch selbst als Teil einer Touristenattraktion und ständig unter Beobachtung, etwa beim Frühstück auf dem Balkon. Viele TouristInnen halten den kleinen Ort tatsächlich für eine Art Disneyland und reine Kulisse, was dazu führt, dass die Privatsphäre der EinwohnerInnen nicht respektiert wird und manche TouristInnen einfach in die Gärten und sogar Wohnzimmer kommen. Auch Begräbnisse können nicht mehr ungestört durchgeführt werden. Es kam bereits vor, dass dabei gefilmt und fotografiert und am Ende sogar applaudiert wurde, da viele TouristInnen die Trauerfeier für eine touristische Darbietung hielten. (vgl. Berndt 2019) Diese Zustände führen auf Dauer zu überstrapazierten Nerven bei der Wohnbevölkerung, wie von der Ortsärztin in Hallstatt ausgeführt wird, die von sichtbarer Stressbelastung der Menschen spricht. (vgl. Benz 2019)

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Übersicht der verschiedenen Auswirkungen und deren Intensität auf eine Auswahl an Overtourism-Destinationen dargestellt:

	Overcrowding	Überlastete Infrastruktur	Touristifizierung	Steigende Preise	Umweltbeeinträchtigungen	Verhalten der TouristInnen
Venedig	●●●	●●	●●●	●●●	●●●	●
Hallstatt	●●●	●●	●●	●●		●●●
Dubrovnik	●●●	●●	●●●	●●●	●●	●
Amsterdam	●●	●●	●●	●●	●	●●●
Barcelona	●●●	●	●●	●●	●	●●●
Prag	●●●	●	●●	●●●	●	●●●
Wien	●	●	●	●●		●
Salzburg	●●●	●●●	●●	●		●●
Luzern	●●●	●●●	●●	●●		●●
Rom	●●	●	●●	●	●●●	●●●

Es handelt sich dabei um eine Schätzung, mit der gezeigt wird, dass nicht jede Destination von jeder Auswirkung gleich betroffen ist und die Problemlagen sich individuell unterscheiden.

3.7 Sinkende Tourismusakzeptanz

Eine der zentralen Auswirkungen und gewissermaßen Resultat von Overtourism ist die sinkende Akzeptanz des Tourismus in der ortsansässigen Bevölkerung. Diese ist auf die verschiedenen Ausprägungen zurückzuführen, die auf die eine oder andere Weise dazu führen, dass die Belastungsgrenze für BewohnerInnen einer betroffenen Destination überschritten wird. Dazu zählen alle zuvor beschriebenen Auswirkungen: Overcrowding, überlastete Infrastruktur, Touristifizierung, steigende Mieten, das Verhalten der TouristInnen, Umweltverschmutzung und Beschädigungen. Dabei ist wie erwähnt auch die Geschwindigkeit

des Tourismuswachstums von Relevanz, die Intensität und der Zeitraum der Auswirkungen. Was letztendlich den Ausschlag gibt und wann die Tragfähigkeit für Menschen nicht mehr gegeben ist, lässt sich nicht verallgemeinernd feststellen.

Ökonomische Gründe dürften zumindest nicht der alleinige Grund hinter sinkender Tourismusakzeptanz sein. Die meisten EinwohnerInnen von Overtourism betroffener Destinationen profitieren durchaus vom Tourismus. Auch wenn der Anteil derjenigen deren Einkommen direkt vom Tourismus abhängig ist je nach Ort sehr unterschiedlich ist – in Dubrovnik etwa beträgt er knapp 80% (vgl. Connolly 2019) in Hallstatt nur rund 20% (vgl. Benz 2019) - zumindest indirekt profitieren praktisch alle von höheren kommunalen Einnahmen, die wiederum für Investitionen in lokale Infrastruktur verwendet werden können. Hallstatt etwa war vor dem großen Tourismusandrang verschuldet und hatte mit Abwanderungstendenzen zu kämpfen, durch den Tourismus gibt es nun einen Budgetüberschuss. (vgl. Kazim 2018)

Allgemein zeichnet sich ab, dass bekannte Overtourism Destinationen wie Venedig oder Amsterdam eine deutlich höhere Kaufkraft aufweisen als bekannte Massentourismusdestinationen wie Rhodos oder Kreta, wo keine Abneigung gegenüber dem Tourismus feststellbar ist. Dort wo besonders starke, öffentliche Abneigung gegenüber Tourismus zum Ausdruck gebracht wird, sind Menschen zu Hause, denen es grundsätzlich wirtschaftlich gut geht. (vgl. Alexis 2017, S. 290f.)

Allerdings können auch eine gute wirtschaftliche Situation und durch den Tourismus generierte Einkommen nicht ausreichend sein, wenn die negativen Auswirkungen die positiven übersteigen. Zudem ist zu beachten, dass es sich hierbei um Durchschnittswerte handelt und diese keinen Rückschluss auf Einzelschicksale zulassen. Hohe Umsätze und Einnahmen durch den Tourismus kommen nicht zwangsläufig der breiten Bevölkerung zugute. Außerdem profitiert immer nur ein gewisser Prozentsatz direkt oder indirekt vom Tourismus. Gerade in größeren Städten ist ein Großteil der Menschen in anderen Branchen beschäftigt und diese sind hauptsächlich durch die negativen Auswirkungen des Tourismus beeinträchtigt.

Es zeigt jedenfalls, dass in vielen Destinationen die Belastungsgrenze überschritten wurde, was sich in europaweiten Protesten gegen Overtourism geäußert hat. Neben anderen Städten wurde 2017 in Venedig auf die problematische Situation aufmerksam gemacht, indem rund

2000 EinwohnerInnen in einem Protestmarsch ihrem Unmut Ausdruck verliehen. Auch verschiedene Anti-Tourismus Slogans auf Plakaten, Schildern und Hauswänden, die europaweit zu finden sind, zeugen von einer zunehmend ablehnenden Haltung gegenüber den Entwicklungen im Tourismus. (vgl. Mečiarová 2017)

Wie schnell die Entwicklung passiert und in Destinationen die Belastungsgrenze überschritten wird, zeigt sich am Beispiel von Mallorca. Wie Mundt (2013, S. 244) noch schreibt: „Selbst da, wo sich, wie zum Beispiel auf Mallorca, das ganze Jahr über eine extrem große Zahl von „Chartertouristen“ aufhält, gibt es keine Feindseligkeit von Seiten der Bevölkerung.“ Mittlerweile gibt es aber auch auf Mallorca immer mehr Beschwerden von Einheimischen über ausufernden Tourismus und dessen Folgen. Es fanden bereits mehrere Demonstrationen und Protestkundgebungen auf der Insel statt. Auch offene Abneigung gegenüber TouristInnen wird zum Ausdruck gebracht, etwa durch ein Graffiti „tourist go home“, das 2016 internationale mediale Aufmerksamkeit erlangte. Der zunehmende Unmut der BewohnerInnen von Mallorca hat unterschiedliche Gründe, wird aber unter anderem auf steigende Preise und Umweltbelastungen zurückgeführt. (vgl. Stanchev 2018, S. 17)

Wenn die Entwicklung ungebremst fortläuft und sich die Situation zuspitzt, wird es aber nicht mehr bei verbalen Unmutsäußerungen bleiben, wie das Beispiel Barcelona zeigt. Dort entladen sich Frustrationen gegenüber dem Tourismus zunehmend auch gewalttätig und in Form von Vandalismus. Hotels und Restaurants wurden bereits mit Farbbomben beworfen oder die Reifen von touristisch genutzten Leihfahrrädern aufgeschlitzt. Zudem kam es 2017 zu einer dramatischen Aktion, in der ein Bus mit TouristInnen von maskierten Jugendlichen gestoppt, dessen Reifen aufgestochen und in katalanischer Sprache „Der Tourismus tötet Nachbarschaften“ auf die Windschutzscheibe gesprüht wurde. (vgl. Hughes 2018, S. 473)

Die Entwicklung des Tourismus in Barcelona sorgt bereits seit langem für Spannungen und Unzufriedenheit in der Bevölkerung. Öffentliche Kritik gegenüber dem Zustand des Tourismus in der Stadt gab es bereits 2004. Im Jahr 2009 wurde eine erste Protestaktion gestartet, um auf problematische Auswirkungen aufmerksam zu machen und 2014 gab es eine Reihe von Protesten, die sich vor allem gegen die immer stärker aufkommende Kurzzeitvermietung richteten. Viele BewohnerInnen beschwerten sich bei der Stadtverwaltung über Lärm, Nacktheit, Betrunkene und Müll. Wie wichtig das Thema Overtourism in Barcelona wurde, zeigt sich daran, dass es ein zentraler Inhalt bei den Wahlen 2015 wurde. Ada Colau, eine

Kandidatin für das Bürgermeisteramt, baute ihre Kampagne unter anderem auf Tourismuskritik und dem Versprechen auf, gegen problematische Auswüchse vorzugehen und den Tourismus in der Stadt stärker zu reglementieren und kontrollieren. Colau wurde daraufhin zur Bürgermeisterin gewählt, was als Symbol des Unmuts vieler BewohnerInnen interpretiert werden kann. (vgl. Goodwin 2019a, S. 128f.) Auch eine Umfrage der Stadtregierung im Jahr 2016 zeigte auf, dass der Tourismus von vielen BewohnerInnen als großes Problem gesehen wird und in seiner Wichtigkeit nur noch von Arbeitslosigkeit übertroffen wird. (vgl. Plush 2017)

Um die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber dem Tourismus zu erheben, ist ein konstantes Monitoring mit repräsentativen Befragungen notwendig. Damit kann gezeigt werden, wie stark die verschiedenen positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus wahrgenommen werden und außerdem über die Jahre Tendenzen abgelesen werden, in welche Richtung sich die Einstellung der ortsansässigen Menschen verändert. Derartige Befragungen wurden etwa in Hamburg 2012, 2014, 2016 und 2017 durchgeführt. Es zeigte sich dabei ein Trend dazu, dass mehr BewohnerInnen negative Effekte wahrnehmen. Der Anteil derer stieg von 16% 2012 auf 26%(bzw. 29% bei InnenstadtbewohnerInnen) im Jahr 2017. Die Auswirkung, welche dabei am meisten als störend empfunden wird, ist die Überfüllung der Stadt, von Restaurants und Verkehrsmitteln. Im Gegensatz zu 33% 2012, sehen dies 2017 bereits 43% als Problem. Allerdings muss auch beachtet werden, dass gut dreiviertel der EinwohnerInnen (bzw. 69% in der Innenstadt) 2017 auch positive Effekte des Tourismus sehen. (vgl. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg 2017, S. 9; vgl. Hamburg Tourismus GmbH, S. 6ff.) An diesem Beispiel zeigt sich auch, dass in manchen Destinationen zwar noch die Wahrnehmung der positiven Effekte überwiegt, aber jedenfalls Handlungsbedarf besteht, da immer mehr Menschen eine negative Einstellung gegenüber dem Tourismus entwickeln. Bei einer ungehemmten Entwicklung wird die Stimmung unweigerlich in Zukunft kippen.

Die sinkende Akzeptanz gegenüber Tourismus ist die letzte Konsequenz und wohl eine der bedeutsamsten Auswirkungen von Overtourism. Denn wenn die Stimmung in der Bevölkerung einer Destination kippt und zunehmend die Probleme, die übermäßiger Tourismus mit sich bringt, im Vordergrund stehen, kann diese negative Haltung letztlich auch einen nachhaltigen Tourismus erschweren. Mit Protestaktionen und in weiterer Folge sogar vermehrt tätlichen

Angriffen auf TouristInnen, kann das Image einer Destination dauerhaft beschädigt werden. Die sinkende Akzeptanz baut allerdings auch politischen Druck auf und kann damit zu Regierungswechseln und veränderten Strategien führen, die letztendlich eine Verbesserung der Situation bewirken und weitere Schäden begrenzen.

4 Overtourism: Anpassungsstrategien und Maßnahmen

Eine mögliche Hypothese, die man im Zusammenhang mit Overtourism aufstellen könnte: Das Problem wird sich von selbst lösen, weil bei einem weiter ansteigenden Tourismusvolumen, Menschen von sich aus nicht mehr in überfüllte Destinationen verreisen wollen. Dass diese Schlussfolgerung wohl nicht so zutreffen wird, zeigt eine Studie der IUBH (2019). In dieser Umfrage interpretierten 53% die hohen BesucherInnenzahlen in Overtourism-Destinationen erst recht als Grund dafür, diesen Ort gesehen haben zu müssen und würden sich deshalb nicht von einer Reise abhalten lassen.

Deshalb und weil die Prognosen darauf hindeuten, dass sich die Situation durch weiteres Wachstum in Zukunft noch verschärfen wird, ist es wichtig Strategien zu entwickeln, um auf den steigenden Nutzungsdruck zu reagieren. Viele Destinationen haben bereits konkrete Strategien und Maßnahmen umgesetzt oder zumindest angedacht. Im Folgenden wird nun ein Überblick über mögliche Anpassungsstrategien und Maßnahmen gegeben werden, mit denen auf Overtourism reagiert werden kann. Manche davon sind recht allgemein und auf einer globalen Ebene anwendbar, andere spezifisch auf bestimmte Probleme und Orte zugeschnitten.

4.1 Wachstumsreduktion

Der Hauptgrund für Overtourism ist das exponentiell wachsende Tourismusvolumen. Deshalb ist ein erster sinnvoller Ansatz, das Wachstum zumindest einzubremsen. Dafür braucht es aber vorerst die Einsicht aller verantwortlichen Akteure in einer Destination, dass das Tourismusvolumen zu hoch ist und ein grundsätzliches Überdenken, der meist auf quantitatives Wachstum ausgerichteten Tourismusstrategien. „[...] destinations must focus on maintaining or enhancing the quality of the tourism experience, as well as residents' quality of life and environmental sustainability, rather than on maximising the quantity of tourists.“ (Jamieson/Jamieson 2019, S. 220)

4.1.1 Preismaßnahmen

Eine Möglichkeit Wachstumsreduktion zu erreichen sind Preismaßnahmen. Hier bietet sich etwa eine Verteuerung von Flugreisen an, da Billig-Airlines in vielen Destinationen wesentlich die Entwicklung zu Overtourism antreiben. Dies hätte einen doppelt positiven Effekt: CO₂-Emissionen könnten dadurch reduziert oder zumindest kompensiert werden, nachdem das Flugzeug mit Abstand als klimaschädlichstes Verkehrsmittel gilt. Diese Überlegung steht auch im Vordergrund politischer Forderungen nach stärkerer Besteuerung von Flugreisen. Neben dem Problem, dass nationale Alleingänge in dieser Frage nicht unbedingt zielführend und internationale Einigungen schwierig sind, betrifft eine allgemein höhere Flugsteuer vor allem ärmere Bevölkerungsschichten. Deshalb wäre, wie von Piketty/Chancel (2015, S. 39) vorgeschlagen, eine einkommensbasierte Besteuerung eine sinnvolle Variante. Bei dieser würden zwar generell die Preise erhöht, aber deutlich stärker für Businessclass-Tickets gegenüber Economyclass-Tickets.

Neben Preismaßnahmen auf höherer Ebene, sind auch spezifischere, in den Destinationen selbst möglich. In Venedig wurde eine, noch nicht eingeführte, „Eintrittsgebühr“ beschlossen. Die meiste Zeit des Jahres soll diese 6 Euro betragen, in der Nebensaison 3 Euro, in der Hauptsaison 8 Euro und an Tagen mit besonders hohem BesucherInnenandrang 10 Euro. Diese Gebühr soll nur für Kreuzfahrtpassagiere und sonstige TagesbesucherInnen gelten und möglichst im Vorhinein über ein Online-System bezahlt werden. Es ist dabei aber nicht zu erwarten, dass diese Maßnahme zu einer spürbaren Reduktion der BesucherInnen führt. Das eingehobene Geld soll eher als Kompensation dienen, um etwa Instandhaltungsarbeiten zu finanzieren. (vgl. The Local 2019) In Norwegen werden über Mauthäuser an den Zufahrtsstraßen zu besonders stark frequentierten Zielen, wie etwa Spitzbergen, 15 Euro Gebühr erhoben. Generell führen immer mehr Destinationen verschiedene Formen von Eintritts- oder Besuchsgebühren ein oder erhöhen vorhandene. Abgesehen von einzelnen Beispielen wie Komodo, der Heimat der Komodo-Warane, in der die Gebühr von 9 Euro auf 440 Euro erhöht wurde, sind zumeist Beträge im niedrigen ein- oder zweistelligen Bereich üblich. (vgl. Rodrian 2019) Auch wenn diese Gebühren teils als vordergründiges Ziel die Reduktion der BesucherInnenzahlen haben, wird dieses Ziel durch relativ niedrige Beträge kaum zu erreichen sein. Die Einnahmen stellen aber eine Möglichkeit dar, negative Auswirkungen, etwa auf die Umwelt, damit zumindest teilweise, durch Kompensationsmaßnahmen verringern zu können. Oftmals sind diese Einnahmen aber auch

recht eindeutig als zusätzliche Einnahmen für Kommunen gedacht, die so stärker vom Tourismus profitieren können. Es wäre aber theoretisch auch möglich, ähnliche Gebühren deutlich höher anzusetzen, sodass tatsächlich eine Reduktion der BesucherInnen erreicht werden kann. Das Problem dabei ist aber, dass davon vor allem einkommensschwächere Personen betroffen wären und eine solche Maßnahme aus sozialer Sicht somit fragwürdig wäre.

Ein drastischer Vorschlag, wenngleich auch wenig realistischer Vorschlag, wie Overtourism mit einer Preismaßnahme begegnet werden könnte, ist vom Bund Naturschutz für Oberstdorf formuliert worden. Die Parkgebühr für TagestouristInnen soll von 6 auf 100 Euro angehoben werden. Das eingenommene Geld soll dann in den Ausbau des öffentlichen Verkehrs gesteckt werden. (vgl. Lettenbauer 2019, o.S.) Davon abgesehen, dass dieser Vorschlag von der lokalen Tourismusorganisation deutlich abgelehnt wird, ist die Umsetzung als nicht sehr realistisch zu bewerten. Es wäre wohl kaum jemand bereit, ein derart hohe Parkgebühr zu bezahlen und selbst wenn das Vorhaben auf lange Sicht funktionieren würde und die Menschen in Zukunft öffentlich anreisen würden, wäre das Problem zu vieler TagestouristInnen dadurch nicht einfach gelöst, sondern lediglich auf ein umweltfreundlicheres Verkehrsmittel verlagert.

4.1.2 De-Marketing

Eine weitere Maßnahme, um eine Wachstumsreduktion zu erreichen, ist das Einstellen von Tourismuswerbung für Overtourism-Destinationen. Dieser, eigentlich recht logische Schritt, bereits vom Tourismus überlastete Orte nicht noch weiter zu bewerben, wurde von der niederländischen Tourismusorganisation gesetzt, die für die internationale Vermarktung des Landes zuständig ist. Amsterdam und andere Destinationen im Land, die von Overtourism betroffen sind, werden nicht mehr beworben. Stattdessen wird das Marketing nun auf weniger besuchte Orte umgeschichtet, die noch weiteres Wachstum vertragen. (vgl. Ledson 2019)

4.1.3 Obergrenzen und Zugangsbeschränkungen

Eine Möglichkeit aktiv auf eine zu große Anzahl TouristInnen in einer Destination zu reagieren, ist eine Obergrenze festzulegen oder Zugangsbeschränkungen einzuführen.

Zugangsbeschränkungen zu einer Destination zielen vorrangig auf TagestouristInnen ab, insbesondere auf jene, die in Gruppen per Bus oder Kreuzfahrtschiff anreisen. Die Menge

übernachtender TouristInnen ist ohnehin durch die Bettenanzahl begrenzt. Diese Maßnahme bietet sich hauptsächlich für kleinere Orte an, wo dies überhaupt physisch möglich ist. In großen, städtischen Destinationen sind Zugangsbeschränkungen wesentlich schwerer durchführbar. Derartige Zugangsbeschränkungen wurden etwa in Dubrovnik durchgesetzt, um die Anzahl der BesucherInnen von Kreuzfahrten einzugrenzen. Mittlerweile dürfen nur noch zwei Kreuzfahrtschiffe gleichzeitig im Hafen anlegen und die Anzahl der Passagiere die pro Tag die Stadt betreten dürfen, wurde auf 4000 begrenzt. (vgl. Connolly 2019)

Eine Schwierigkeit die Ankünfte zu regulieren, besteht in manchen Destinationen in der rechtlichen Situation. In Barcelona etwa kommen sehr viele TouristInnen über den Kreuzfahrthafen und den Flughafen in die Stadt. Beide dieser Infrastruktureinrichtungen unterstehen allerdings der Zentralregierung, wodurch die Stadtregierung von Barcelona keinen direkten Einfluss nehmen und somit keine Beschränkungen festlegen kann. (vgl. Goodwin 2019a, S. 133)

Physische Zugangsbeschränkungen innerhalb einer Destination wurden erstmals 2018 in Venedig ausprobiert. In der Stadt wurden an manchen, stark frequentierten Punkten Drehkreuze errichtet und die Polizei bekam die Möglichkeit, TouristInnen an gewissen Stellen den Zugang zu versperren und die BesucherInnenströme umzuleiten. Es wurden teils auch ganze Straßenzüge und Plätze für TouristInnen temporär gesperrt und nur noch für AnwohnerInnen zugänglich gemacht. Auch Verkehrsbeschränkungen, wie Einbahnen, Straßensperren oder Anlegeverbote für Boote waren Teil des Maßnahmenpakets. (vgl. Frankfurter Allgemeine 2018) Dieses Beispiel zeigt, dass auch relativ drastische Maßnahmen, wie physische Zugangsbeschränkungen, eine Möglichkeit für Destinationen darstellen, um große Massen von TouristInnen zu managen und damit Crowding zu reduzieren. Auch wenn solche Maßnahmen sehr effektiv sein können und grundsätzlich eine Entlastung für BewohnerInnen bringen, können auch Kritikpunkte gefunden werden. Dazu zählt, dass solche Zugangsbeschränkungen das Gefühl verstärken können, in einer Art Freizeitpark oder Freilichtmuseum zu leben und dass der authentische Charakter eines Ortes dadurch weiter verloren geht.

In Hallstatt wurde eine Obergrenze für TouristInnenbusse beschlossen. Im Jahr 2018 wurde der Ort von durchschnittlich 53 Reisebussen pro Tag angefahren, an Spitzentagen waren aber noch deutlich mehr zu verzeichnen. Mit der neuen Regelung wird die Zahl auf maximal 54

Busse pro Tag begrenzt. Auch eine Mindestaufenthaltsdauer von 2 Stunden und 20 Minuten wurde festgelegt. Um zufahren zu dürfen, müssen ReiseunternehmerInnen im Voraus um 80 Euro einen Slot reservieren. Dadurch, dass es nur eine Zufahrtsstraße gibt, sollte sich diese Beschränkung relativ gut durchsetzen lassen. (vgl. Kurier 2019) Wie sich die neue Regelung tatsächlich auswirkt, wird sich erst in Zukunft zeigen. Es ist aber zu erwarten, dass damit zumindest effektiv die Zahl der TouristInnen die im Rahmen von geführten Gruppenreisen den Ort besuchen reduziert oder gleichmäßiger über das Jahr verteilt wird. Die individuelle Anreise lässt sich damit allerdings nicht beschränken.

In Amsterdam wurde 2017 als Reaktion auf den Overtourism in der Stadt ein Verbot für die Errichtung neuer Hotels im Zentrum beschlossen. Diese Maßnahme zeigt grundsätzlich, wie eine Kommune die Anzahl übernachtender TouristInnen mit einer Obergrenze beschränken kann. Allerdings wurden in Amsterdam seit 2015 trotzdem 7.700 neue Hotelzimmer errichtet, womit die Gesamtzahl stark, auf 36.860 angestiegen ist. Das liegt Großteils daran, dass noch viele Projekte vor 2017 genehmigt wurden. Hier zeigt sich die Wichtigkeit, Tendenzen von Overtourism möglichst bald zu erkennen, um noch rechtzeitig reagieren zu können, da die beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung eine gewisse Zeit benötigen, um ihre Wirkung zu entfalten. Bei der Geschwindigkeit, mit der der Tourismus in manchen Destinationen wächst, können ein paar Jahre bereits einen wesentlichen Unterschied machen. Wenn ein Ort bereits von Overtourism betroffen ist, kann ohnehin nur noch Schadensbegrenzung betrieben werden. Ein weiteres Problem dieser Maßnahme ist, dass zwar mittlerweile praktisch keine neuen Hotels in Amsterdam selbst genehmigt werden, was jedoch nicht die angrenzenden Vororte betrifft. Hier sind in fünf Jahren zusätzliche 4.800 Hotelzimmer geschaffen worden, was einem Wachstum von 40% entspricht. Deshalb versucht die Stadtregierung nun mit den Vororten eine Einigung über Beschränkungen zu erzielen, was schwierig ist, da Amsterdam darüber keine rechtliche Verfügung hat und einige Vororte mehr Unterkünfte für TouristInnen auf ihrem Gebiet begrüßen würden. (vgl. Boztas 2020)

Auch in Barcelona wurde 2017 eine ähnliche Regulierung beschlossen, um die Anzahl der Betten für TouristInnen zu limitieren. Damit wird der Bau neuer Hotels begrenzt und auch für andere UnterkunftsanbieterInnen werden vorläufig keine neuen Lizenzen vergeben. Kritik dazu kommt aus der Hotelindustrie, die darauf hinweist, dass nur rund ein Viertel der TouristInnen in Hotels übernachtete. (vgl. Plush 2017) Tatsächlich sind Hotelgäste in den

meisten Destinationen nicht für das meiste Tourismusaufkommen verantwortlich. Eine Begrenzung der Bettenanzahl ist aber trotzdem eine sinnvolle Maßnahme, da diese vergleichsweise gut durchgesetzt und damit problematischen Konzentrationen von Hotels in bestimmten Gebieten entgegengewirkt werden kann.

4.2 Wachstumsmanagement

Angesichts der limitierten Möglichkeiten, das touristische Wachstum zu verringern und dem bereits zu hohen TouristInnenaufkommen in vielen Destinationen, ist ein gutes Management des Tourismus eine zielführende Strategie.

4.2.1 Zeitliche Verteilung fördern

In manchen Destinationen gibt es eine starke Konzentration auf eine touristische Hauptsaison. Daher ist es sinnvoll, dort wo eine solche Situation gegeben ist, eine bessere saisonale Verteilung über das ganze Jahr anzustreben. Dabei geht es einerseits darum in Zeiträumen, in denen bereits eine zu hohe Auslastung gegeben ist, diese zu reduzieren und andererseits vorhandene Kapazitäten in Zeiträumen zu nutzen, in denen eine geringere Nachfrage besteht.

Um dies zu erreichen ist eine Fokussierung des Destinationsmarketings auf die Jahreszeiten notwendig, in denen eine geringere Auslastung gegeben ist. Neben einer stärkeren Bewerbung kann eine bessere Verteilung auch durch Dynamic-Pricing-Maßnahmen erreicht werden. Etwa indem die Preise für die Hauptsaison erhöht und Sonderangebote in der Nebensaison geschaffen werden. Auch Veranstaltungen, etwa im Sportbereich oder Festivals zu Zeiten mit geringerer Auslastung, stellen hier eine Möglichkeit dar. (vgl. Freyer 2015, S. 405)

Eine bessere zeiträumliche Verteilung von TouristInnen, die bereits in einer Destination sind, kann durch konstantes Live-Monitoring erreicht werden. Destinationen können bestimmte Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und generell Räume, die zu Overcrowding neigen beobachten und über eine Online-Plattform oder App den aktuellen Status mitteilen. Wenn ersichtlich ist, dass bestimmte Orte gerade stark frequentiert sind, sollte das dazu führen, dass möglichst viele TouristInnen diese Hotspots in der Folge meiden und zwischenzeitlich andere Orte aufsuchen.

Das bisher umfangreichste System dieser Art wurde für Venedig entwickelt. Hier wurden an 34 wichtigen Orten in der Stadt Sensoren installiert, um Fußgänger zu erfassen. Neben der Anzahl der Menschen wird auch deren Geschwindigkeit ermittelt und genaue

Echtzeitinformationen darüber generiert, wie viele Personen pro Fläche vorhanden sind. Diese Daten werden mit Mobilfunkinformationen verknüpft, um die Herkunft abschätzen und damit aussagen zu können, ob es sich bei Personen wahrscheinlich um TouristInnen oder EinwohnerInnen handelt. Auch Gondeln und Schiffe in den Kanälen werden auf ähnliche Art überwacht. Das System wird in Zukunft auch dazu fähig sein Prognosen abzugeben, die durch maschinelles Lernen mit der Zeit immer präziser werden. So soll es möglich werden bereits im Voraus abschätzen zu können, wann und wo es zu Menschenansammlungen und Staus kommen wird. Mit diesen Informationen können die BesucherInnenströme entsprechend gelenkt werden, damit es nach Möglichkeit gar nicht erst zu problematischen Situationen kommt. (vgl. Kieckens 2020)

Neben eigens entwickelten Anwendungen können Destinationen vorerst auch auf eine bereits existierende Plattform zurückgreifen und deren Bekanntheitsgrad steigern. Die Website „avoid-crowds.com“ bietet die Möglichkeit einen Ort in Kombination mit einem Datum zu wählen und liefert dafür eine Vorhersage, mit welchem Tourismusaufkommen in etwa zu rechnen ist. Neben einem konkreten Datum können auch längere Zeiträume betrachtet werden. Für die Vorhersagen werden verschiedene verfügbare Daten miteinbezogen. Dazu zählen statistische Reisegewohnheiten, Schulferien und Veranstaltungen in der Region. (vgl. avoid-crowds.com 2020)

Außerdem können für touristische Attraktionen und Sehenswürdigkeiten mit Eintritt, Online-Reservierungssysteme eingeführt werden. Damit können Tickets vorab erworben und einem bestimmten Zeitfenster zugewiesen werden, sodass Overcrowding und Warteschlangen zu Stoßzeiten vermieden werden können. Diese Maßnahme kann auch mit Dynamic-Pricing verbunden werden, um die Randzeiten zu attraktiveren.

4.2.2 Räumliche Verteilung fördern

Neben einer besseren zeitlichen Verteilung sind Ansätze zu einer besseren räumlichen Verteilung empfehlenswert.

Eine Möglichkeit um das zu erreichen, ist die Entwicklung neuer touristischer Attraktionen und Aktivitäten abseits überlaufener Zentren. Auch Veranstaltungen bieten sich hier an, um neue Angebote zu schaffen oder bestehende Events können in andere Ortsteile verlegt werden. Im Fall von städtischen Destinationen kann zudem das Umland miteinbezogen werden, um

BesucherInnen in peripherere Gebiete zu verlagern, die noch wenig frequentiert werden und weiteres Wachstum vertragen. Um einen größeren Anreiz dafür zu schaffen, macht die Einführung oder Erweiterung eines Tickets Sinn, in dem kombinierte Eintrittspreise und eine unlimitierte Nutzung des regionalen Verkehrs enthalten sind. (vgl. UNWTO 2018, S. 48)

Neben der Entwicklung und Bewerbung neuer, punktueller Attraktionen, kann auch mit neuen Routen und Wegeverbindungen gearbeitet werden, um eine bessere Verteilung der TouristInnen in einer Destination zu erreichen. Eine Möglichkeit sind hierbei geführte Touren, die ein bestimmtes Thema aufgreifen und weniger bekannte Orte, abseits der Hotspots, aufsuchen. Solche Touren werden etwa in Stockholm oder Berlin gratis angeboten und damit vermarktet, die „echte“ Stadt wie Einheimische zu erleben. (vgl. Preveden et al. 2018, S. 13) Aber auch individuell durchführbare Aktivitäten bieten sich an. Ein Beispiel hierfür ist die Smartphone-App „Play London With Mr. Bean“, mit der sich NutzerInnen auf spielerische Art und Weise zu Drehorten der Fernsehserie in ganz London begeben und dabei Punkte sammeln können. Für die Punkte gibt es Gutscheine und Rabatte, die in vornehmlich unbekannteren Geschäften und Lokalen eingelöst werden können. (vgl. Peltier 2018)

Auch soziale Medien können eine wichtige Rolle dabei spielen, wenn es darum geht eine bessere räumliche Verteilung von TouristInnen zu erreichen und damit Overcrowding zu reduzieren. Soziale Medien bieten eine wertvolle Datenquelle, um NutzerInnengewohnheiten zu erheben. Eine bessere Verteilung kann erreicht werden, indem neue Bewertungskriterien eingeführt und andere Aspekte als die Beliebtheit touristischer Attraktionen in den Fokus gestellt werden. Empfehlungen können etwa nach dem Kriterium von Überfüllung für weniger stark besuchte Orte vergeben werden. (vgl. Gretzel 2019, S. 71)

Zudem können soziale Medien hilfreich sein, um unbekannte und weniger besuchte touristische Attraktionen zu bewerben, bei denen es noch Wachstumspotentiale gibt. In der Schweiz wird so versucht, eine bessere Verteilung zu erreichen. Schweiz Tourismus, die Tourismusorganisation des Landes, die unter anderem für das Marketing zuständig ist, lädt dazu „Influencer“ aus aller Welt ein, um Ihnen Orte und Aktivitäten zu zeigen, die abseits bekannter, massentouristischer Hotspots liegen und diese im Gegenzug einem größeren Publikum bekannt werden. (vgl. Zygmunt 2018)

Ein Beispiel aus Amsterdam zeigt, dass zum Teil sehr spezielle Maßnahmen angewandt werden, um Overcrowding zu vermeiden und TouristInnen besser zu verteilen. Der große „I amsterdam“-Schriftzug, der vor dem Rijksmuseum aufgestellt war, wurde abgebaut, in der Hoffnung die TouristInnenmassen auf dem Platz damit zu reduzieren. Der Schriftzug wurde zu einem beliebten Motiv für Selfies. Schätzungen zufolge wurden hier rund 6000 Fotos täglich gemacht. Dadurch kam es regelmäßig zu Overcrowding. KritikerInnen monierten, dass größeres Interesse an diesem Fotomotiv bestehe, als am dort gelegenen Museum und die Buchstaben wurden für viele ein Symbol für Overtourism in der Stadt. Der „I amsterdam“-Schriftzug wird allerdings nicht gänzlich verschwinden, sondern an verschiedenen Orten in der Stadt und bei Veranstaltungen temporär wieder aufgestellt. Auch in der Hoffnung damit TouristInnen in weniger stark frequentierte Stadtteile zu bewegen. (vgl. Hitti 2018) Außerdem wurde der Strand von Zandvoort, der 25 km von Amsterdam entfernt liegt, in „Amsterdam Beach“ umbenannt und als eine Amsterdamer Attraktion vermarktet, um so einen Anreiz zu schaffen, TouristInnen in Gebiete außerhalb der Stadt zu bewegen. (vgl. Arlt 2018, S. 66)

Eine stärkere räumliche Verteilung von TouristInnen, kann ein effektiver Weg sein, um Overcrowding zu reduzieren. Allerdings ist diese Strategie wohl am ehesten bei Wiederholungs-BesucherInnen wirksam, die nicht zum ersten Mal eine Destination aufsuchen. Denn es ist fraglich, ob viele BesucherInnen davon abgehalten werden können, bei ihrem ersten Aufenthalt, die klassischen, touristischen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten, für die ein Ort bekannt ist, aufzusuchen. Es hat sich allerdings als Trend unter Reisenden etabliert, einen Ort nicht nur einmal im Leben aufzusuchen, sondern mehrmals. (vgl. UNWTO 2018, S. 45) In Wien etwa sind mehr als die Hälfte der BesucherInnen nicht zum ersten Mal in der Stadt und genau auf diese Gäste konzentrieren sich Bestrebungen neue touristische Orte und Attraktionen abseits der Hotspots zu entwickeln und damit eine bessere räumliche Verteilung zu erreichen. (vgl. WienTourismus 2019, S. 42f.)

4.2.3 Zielgruppenorientiertes Marketing

Für Destinationen, die unter ihrem Image in gewisser Weise leiden, weil sie durch dieses einen bestimmten Typus von TouristIn anziehen, ist es ratsam einen Imagewandel anzustreben und sich damit neu zu positionieren.

Eine solche Neu-Positionierung erfordert zu Beginn die Definition eines neuen Images. Darauf aufbauend kann dieses Image dann wiederum durch Marketingmaßnahmen beworben und

die Markenbildung notfalls auch mit rechtlichen Maßnahmen durchgesetzt werden, indem ungewünschte Verhaltensweisen unter Strafe gestellt werden.

Grundsätzlich ist es in diesem Zusammenhang auch sinnvoll, eine stärkere Segmentierung anzustreben. Also eine Tourismusmarketingstrategie zu verfolgen, die kein undifferenziertes Massenmarketing darstellt, sondern zielgruppenorientiert genau jene Gästesegmente anspricht, die für die Destination wünschenswert sind. Hierbei steht vor allem die Leistung im Zentrum des touristischen Angebots. Günstige Preise sind dabei kein Kriterium, sondern der Fokus wird eher auf qualitativ hochwertige, serviceorientierte und exklusive Reiseerlebnisse gelegt. (vgl. Freyer 2015, S. 429) Diese Strategie, auf Qualität statt Quantität zu setzen, macht überall dort Sinn, wo Overtourism durch eine zu große Anzahl von TouristInnen verursacht wird, die in weiterer Folge für problematische Zustände verantwortlich sind.

Ein Beispiel für eine „Qualität statt Quantität“-Strategie ist in Wien zu finden. Mit der neuen Visitor Economy Strategie 2025 hat sich die Stadt nachhaltigen Tourismus als Ziel gesetzt. Die Strategie stellt andere, als rein quantitative Indikatoren in den Vordergrund und will die hohe Lebensqualität der Stadt sowohl für die BewohnerInnen als auch die BesucherInnen erhalten und verbessern. Ein Eckpfeiler um dies zu erreichen ist ein starker Fokus des Marketings auf das „Premium“-Gästesegment, also höherpreisigen Qualitätstourismus, anstatt billigem Massentourismus. (vgl. WienTourismus 2019, S. 10ff.)

Ein weiteres Gästesegment, auf das manche Overtourism-Destinationen sich verstärkt konzentrieren können, sind Geschäftsreisende. Die vielfältigen Varianten davon, die oftmals unter dem englischen Akronym „MICE“ (Meetings, Incentive Travel, Conferences and Conventions, Exhibitions) zusammengefasst werden, bieten umsatzstarke Aktivitäten, die meist getrennt von Aktivitäten Urlaubsreisender, wie Sightseeing, ablaufen. Private Interessen stehen hier im Hintergrund, die Reisemotivation und das Verhalten vor Ort unterscheiden sich deutlich von Urlaubs- und Erholungsreisen. Außerdem sind Geschäftsreisende tendenziell anspruchsvoller, der Großteil übernachtet in Hotels der mittleren bis gehobenen Preisklasse. Und auch wenn es kaum konkrete Zahlen dazu gibt, wird die Bedeutung von MICE in Bezug auf Umfang, Volumen und Höhe der Ausgaben, in Deutschland beispielsweise, in etwa gleich hoch wie der Urlaubsreiseverkehr eingeschätzt. (vgl. Freyer 2015, S. 107ff.) Geschäftsreisende tragen also kaum bis gar nicht zu den problematischen Auswirkungen von Overtourism, wie Overcrowding oder Touristifizierung

bei, generieren gleichzeitig aber hohe Einnahmen. Deshalb setzt Wien in der Visitor Economy Strategie 2025, neben dem Premiumsektor auch auf Geschäftstourismus. Die Stadt versucht sich noch stärker als Meeting-Destination zu positionieren und vor allem Kongresse und Geschäftsereignisse zu fördern. (vgl. WienTourismus 2019, S. 12)

Ein grundsätzlicher Imagewandel gestaltet sich als langwieriger und komplexer Prozess, da es schwierig ist, eingeprägte Bilder und Vorstellungen aus dem kollektiven Gedächtnis abzuändern beziehungsweise zu löschen.

4.2.4 Ausbau von Infrastruktur

Eine Anpassungsmaßnahme, die direkt auf ein zu hohes Tourismusvolumen reagiert, ist der Ausbau von überlasteter Infrastruktur. Die große Anzahl von TouristInnen, die bestimmte Linien und Haltestellen des öffentlichen Verkehrs nutzen, sollten berücksichtigt und beispielsweise Intervalle erhöht werden. Damit kann dem mancherorts vorhandenen Problem chronischer Überfüllung begegnet werden. Allerdings sind damit auch Kosten verbunden, die von der Allgemeinheit getragen werden müssen. Zudem ist fraglich, ob ein Ausbau nicht womöglich auch zu einer Zunahme der Frequenz führt und sich die Situation damit erst recht nicht wesentlich ändert.

Der Ausbau von Infrastruktur kann aber auch dazu eingesetzt werden, neu geschaffene touristische Attraktionen und Angebote außerhalb der stark frequentierten Hotspots zu erschließen. Dies ist eine Möglichkeit, wie die Raumplanung durch gezielte Entwicklungsmaßnahmen zu einer Lenkung des Tourismus beitragen kann. Indem die Erreichbarkeit peripherer Gebiete verbessert und dort neue Angebote etabliert werden, kann eine bessere, räumliche Verteilung der TouristInnen erreicht werden. (vgl. Preveden et al. 2018, S. 12)

4.3 Bewusstseinsbildung

Bewusstseinsbildung kann allgemein hilfreich sein, um auf die Thematik Overtourism aufmerksam zu machen und darüber zu informieren, welche Verhaltensweisen dazu führen und was vermieden werden sollte. Zeitungen, Blogs und andere Medien können dazu genutzt werden, Menschen bereits vor Reiseantritt für Overtourism zu sensibilisieren. (vgl. Spinks 2018) Bewusstsein für die Problematik muss aber auf allen Ebenen geschaffen werden. Nicht nur bei TouristInnen, sondern auch allen lokalen Stakeholdern, Akteuren und in der Politik.

In den betroffenen Destinationen selbst, können TouristInnen vor allem auf problematische Verhaltensweisen aufmerksam gemacht werden. Hier bieten sich etwa Hinweisschilder an oder Broschüren und sonstiges Infomaterial, das in Hotels oder über Tourismusorganisationen verteilt werden kann. Ein kontroverses Beispiel ist hierzu in Zell am See zu finden. Der Ort ist mit einer großen Zahl TouristInnen aus dem arabischen Raum und damit einhergehenden kulturellen Differenzen konfrontiert. Als Reaktion darauf wurde 2014 eine Art Verhaltenskodex für arabische BesucherInnen herausgegeben, in dem darauf hingewiesen wurde, dass man im Hotelzimmer nicht kochen oder in Geschäften den Preis nicht verhandeln sollte. Die Broschüre wurde aber nach kritischen Reaktionen und Befürchtungen das arabische Gästesegment damit zu verlieren, wieder eingestellt. (vgl. Meier 2018)

Amsterdam hat 2018 eine Werbekampagne gestartet, mit dem Ziel Bewusstsein für problematisches Verhalten bei TouristInnen zu schaffen. Die „enjoy & respect“ betitelte Kampagne, wurde von der Amsterdamer Tourismusorganisation in Kooperation mit der Stadtverwaltung und verschiedenen anderen Stakeholdern entwickelt. Sie spricht eine ganz spezifische Zielgruppe an, nämlich 18-34-jährige Menschen aus den Niederlanden und Großbritannien, die die Stadt vielfach am Wochenende als Partydestination aufsuchen. Die Kampagne will Sensibilität dafür schaffen, welche Verhaltensweisen erlaubt und welche störend bzw. verboten sind und zeigt gleichzeitig mögliche Strafen und Konsequenzen auf. Die vier Hauptprobleme, die dabei im Fokus stehen sind Trunkenheit, öffentliches urinieren, Müll und Lärm. Es wird dabei einerseits versucht die Zielgruppe online, bereits vor ihrer Reise zu erreichen, andererseits versucht man sie nochmals in der Stadt selbst, etwa in Bussen, Lokalen oder bestimmten Gegenden zu adressieren. (vgl. I amsterdam 2018) Eine Evaluierung der Kampagne mittels Umfrage unter der Zielgruppe ein Jahr nach der Einführung hat gezeigt, dass das Bewusstsein für störende Verhaltensweisen damit deutlich erhöht werden konnte. 41% der niederländischen und 52% der britischen Befragten kannten die Slogans. Außerdem sagten 45% der britischen und 24% der niederländischen Umfrageteilnehmenden aus, dass sie nun ein gesteigertes Bewusstsein dafür haben, welche Verhaltensweisen nicht in Ordnung sind, nachdem sie die Videoclips und Poster der Kampagne gesehen hatten. (vgl. I amsterdam 2019)

Soziale Medien zählen zwar, wie in Kapitel 2.2.2 beschrieben, zu den Verursachern von Overtourism, können aber auch ein wirksames Werkzeug zu dessen Bekämpfung darstellen.

Genauso wie durch die hohe Reichweite mancher NutzerInnen bestimmte Orte plötzlich sehr bekannt werden können, kann derselbe Effekt auch genutzt werden, um nachhaltigen Tourismus zu bewerben. Wenn Overtourism von sogenannten „Influencern“ in sozialen Medien als Problem definiert wird, kann der Drang vieler, sich selbst in sozialen Medien in einem möglichst positiven Licht darzustellen, dazu verwendet werden, um auf Verhalten aufmerksam zu machen, das zu Overtourism führt und Bewusstsein geschaffen werden, welche negativen Auswirkungen damit verbunden sind. „Influencer“ können schädliches Verhalten aufzeigen und Vorbildwirkung entfalten, indem nachhaltiger Tourismus porträtiert und beworben wird. Außerdem sind soziale Medien ein effektives Mittel für BewohnerInnen um auf Overtourism und die Folgen aufmerksam zu machen, soziale Bewegungen zu kreieren und sowohl online als auch offline Proteste zu organisieren. (vgl. Gretzel 2019, S. 71)

Bewusstseinsbildung soll aber nicht nur für eine Sensibilisierung für Overtourism genutzt werden, sondern auch dazu dienen in der lokalen Bevölkerung Aufklärungsarbeit zu leisten und aufzeigen, dass Tourismus ein wichtiger Wirtschaftszweig ist, der ebenso positive Aspekte für die Kommune hat.

4.4 Rechtliche Regulierung

4.4.1 Spezifische Verbote

Wenn Bewusstseinsbildung nicht ausreicht, sind gesetzliche Verbote und Strafen die letzte Möglichkeit, um auf bestimmte Verhaltensweisen von TouristInnen zu reagieren, die als störend und problematisch empfunden werden. Ein gutes Beispiel hierfür ist Rom, hier wurden 2019 eine Reihe gesetzlicher Regulierungen erlassen. Dazu zählt das Sitzen auf der berühmten Spanischen Treppe und auf generell allen historischen Monumenten, das Baden in Brunnen, Spazieren gehen mit freiem Oberkörper und sogenannte Pub-Crawls. Die Verbote, deren Einhaltung von der Polizei kontrolliert wird, sind mit Strafen bis zu 400 Euro belegt. (vgl. Der Spiegel 2019)

Auch in Amsterdam sind rechtliche Maßnahmen ein Teil der dortigen Strategie um Overtourism in den Griff zu bekommen. Die auch hier sehr konkreten Verbote zeigen, wie Städte auf die individuellen und spezifischen Probleme reagieren, die von TouristInnen verursacht werden. In Amsterdam sind daher beispielsweise sogenannte „beer-bikes“ und Reisegruppen im Rotlichtviertel verboten worden. (vgl. O'Sullivan 2019)

Rechtliche Regulierung ist darüber hinaus eine Möglichkeit, um zu starker Touristifizierung entgegenzuwirken. Die gesetzlichen Grundlagen zur Raumplanung und Raumordnung, befähigen Kommunen dazu, die Geschäftsstruktur zu kontrollieren. (vgl. etwa Salzburger ROG, §60) Damit eine ausreichende Nahversorgung für die Bevölkerung sichergestellt und die übermäßige Konzentration von tourismusorientierten Geschäften und Lokalen vermieden wird, braucht es eine vorausschauende Planung, die bestimmte Nutzungen nur an geeigneten Orten und in sinnvoller Anzahl zulässt. Barcelona ist ein Beispiel dafür, wie auf Touristifizierung durch planerische Regulierung reagiert wird. In der Stadt wurden Begrenzungen für die Neueröffnung von Souveniershops in touristischen Hotspots festgelegt. (vgl. Goodwin 2019a, S. 136)

4.4.2 Regulierung von Kurzzeitvermietungen

Um die negativen Auswirkungen von Kurzzeitvermietungen zu reduzieren, sind vor allem gesetzliche Vorgaben und Einschränkungen sinnvoll. Dieses relativ neue Problem erfordert grundsätzlich eine Regulierung, dieses vielerorts noch kaum regulierten Markts. Die bisherige Herangehensweise ist unterschiedlich und es gibt derzeit nur individuelle Lösungen.

Grundsätzlich gibt es drei Möglichkeiten für Kommunen, den Kurzzeitvermietungsmarkt zu regulieren (vgl. Nieuwland/van Melik 2020, S. 814):

1. **Ein komplettes Verbot:** Dies stellt den effektivsten Weg dar, um negative Folgen von Kurzzeitvermietungen zu vermeiden, führt aber auch zu entgangenen Steuereinnahmen und möglicherweise zur Entstehung einer Schattenwirtschaft.
2. **Einen Laissez-faire Ansatz:** Damit werden keinerlei Einschränkungen getroffen, es besteht jedoch die Möglichkeit ein Abkommen mit den Plattformen zu treffen einen gewissen Anteil der Transaktionen zu erhalten, um steuerlich davon zu profitieren.
3. **Eine Limitierung mit bestimmten Einschränkungen:** Hierbei handelt es sich um einen Mittelweg aus „ganz oder gar nicht“. Dieser Kompromiss stellt auch den häufigsten Ansatz dar, mit dem Städte versuchen Kurzzeitvermietungen zu regulieren.

Die Einschränkung von Kurzzeitvermietung kann in weiterer Folge in quantitative und qualitative Ansätze unterteilt werden. Zu den quantitativen Regulierungen gehört die Festlegung einer maximal erlaubten Zahl an Unterkünften, Gästen oder Vermietungstagen und die Beschränkung der Anzahl erlaubter Unterkünfte in bestimmten Gebieten. Qualitative

Regulierungen umfassen das generelle Verbot oder die Erlaubnis von Kurzzeitvermietungen in bestimmten Gebieten und zugleich die betreffenden Bestimmungen, welche Art von Angeboten erlaubt sind, ob ganze Wohnungen oder nur einzelne Zimmer. Alle diese Einschränkungen können zudem mit der Vorgabe verbunden werden, dass potentielle VermieterInnen eine Lizenz beantragen müssen. (vgl. Nieuwland/van Melik 2020, S. 814)

Da die Auswirkungen von Kurzzeitvermietungen und die damit verbundenen politischen Ziele je nach Destination variieren, gibt es kein allgemein richtiges Modell, das überall passend ist. Stattdessen sollten die spezifischen Charakteristika eines Ortes analysiert und darauf aufbauend individuelle Lösungen entwickelt werden. In manchen Destinationen kann ein eher liberaler Ansatz das wirtschaftliche Wachstum antreiben, während anderswo strikte Beschränkungen notwendig sind. Da es sich bei Kurzzeitvermietungsplattformen um ein relativ junges Phänomen handelt, sind alle Herangehensweisen bis zu einem gewissen Grad experimentell. Daher sind konstante Evaluierungen der Situation und etwaige Anpassungen erforderlich. (vgl. Oskam/Boswijk 2016, S. 36)

In Berlin sind Kurzzeitvermietungen vergleichsweise stark reguliert. Die Stadt hat bereits früh auf das rasante Wachstum von Kurzzeitvermietungsplattformen reagiert und unter anderem mit dem Zweckentfremdungsverbot-Gesetz auf dieses Problem reagiert. Ab Mai 2014 wurden durch diese Verordnung Neueröffnungen von Kurzzeitunterkünften in deklariertem Wohnraum vorerst verboten. Nach einer 2-jährigen Übergangsfrist wurde die gewerbliche Vermietung von Wohnraum an TouristInnen in weiterer Folge ganz verboten. Weiterhin möglich war sie prinzipiell nur, wenn eine Ausnahmegenehmigung vom Bezirksamt erteilt wurde. (vgl. Mindl 2019, S. 3) 2018 kam es zu einer Novelle dieses Gesetzes und in weiterer Folge zu einer Adaptierung. Mit dieser Gesetzesänderung dürfen nun zwar bis zu 49% der eigenen Wohnfläche uneingeschränkt zu touristischen Zwecken vermietet werden, für alles was darüber liegt, ist allerdings eine kostenpflichtige Genehmigung erforderlich. Das gilt auch für alle ganzen Wohnungen, wie Zweitwohnsitze, die als Ferienunterkunft vermietet werden. Zudem dürfen Zweitwohnsitze nur noch an maximal 90 Tagen im Jahr, statt wie zuvor an 180 Tagen vermietet werden. Unabhängig davon was und wieviel angeboten wird, ist für GastgeberInnen eine Registriernummer gesetzlich verpflichtend, die im Inserat auf der Onlineplattform angegeben werden muss. Der Strafraum bei Vergehen reicht im Äußersten bis 250.000 Euro. (vgl. Stössel 2018)

Am Beispiel Berlin wird ersichtlich, Das Beispiel Berlin zeigt auch, wie sehr hier Theorie und Praxis voneinander entfernt sind. Das Ziel und die Maßnahmen der Stadtpolitik in Bezug auf Kurzzeitvermietungen sind klar, die tatsächliche Umsetzung gestaltet sich jedoch überaus schwierig. Weder das Inkrafttreten der Verordnung 2016, noch deren Novellierung 2018 brachte einen signifikanten Rückgang der AirBnB-Angebote in Berlin. Die Durchsetzung ist schwierig, weil die tatsächlichen Namen und genauen Adressen der AnbieterInnen für die Behörden nicht einsehbar sind, AirBnB sich weigert zu kooperieren und eine Verfolgung von Vergehen dadurch fast unmöglich wird. (vgl. Mindl 2019, S. 3f.) Dass das Berliner Zweckentfremdungsverbot-Gesetz noch wenig Wirkung zeigt, ist auch daran erkennbar, dass 2019 nur 15% der rund 13.000 Inserate die gesetzlich verpflichtende Registriernummer aufwiesen. Deshalb sind in den Bezirksämtern zunehmend MitarbeiterInnen damit beschäftigt, illegale Ferienwohnungen aufzuspüren. Eine Methode dabei ist, über die Fotos in den Inseraten, in Kombination mit Google Street View, die Adressen ausfindig zu machen. Die meisten Aufdeckungen stammen von Hinweisen aus der Bevölkerung. Auf der Website der Senatsverwaltung ist dazu ein eigenes Formular eingerichtet. (vgl. Lübbe 2019) Mittlerweile wurden zwar Bußgelder in Höhe von insgesamt 1,5 Millionen Euro, gegen 250 GastgeberInnen verhängt, die Möglichkeiten zur Durchsetzung des Gesetzes sind aber wegen fehlendem Personal und Durchgriffsrechten nach wie vor beschränkt. (vgl. Handelsblatt 2019)

Es ist somit festzuhalten, dass rechtliche Regulierungen alleine noch nicht zwingend die gewünschte Wirkung erzielen. Die Herausforderungen, die Overtourism an betroffene Kommunen stellt, sind oft deutlich komplexer.

4.5 Tourismuskonzept

Eine ganzheitliche Maßnahme, um auf durch Overtourism verursachte Probleme zu reagieren, ist die Erarbeitung und Implementierung eines Tourismuskonzepts für eine betroffene Destination. Ein solches Konzept zur planvollen Entwicklung des Tourismus ist generell für jede touristische Destination sinnvoll.

Wie Preveden et al. (2018, S. 17) festhalten: „Successful city tourism goes hand in hand with measures to avoid Overtourism. Both will rely on an overarching strategy for tourism development.“

Berlin gilt an dieser Stelle abermals als Beispiel zu nennen. Hier wird versucht, mithilfe eines Tourismuskonzepts den Tourismus in eine nachhaltigere, stadtverträgliche Richtung zu lenken. Von der Stadtverwaltung wurde erkannt, dass der Tourismus in Berlin zwar eine sehr wichtige und erfolgreiche wirtschaftliche Sparte darstellt, aber auch von einem starken Wachstum geprägt ist, welches mit den Bedürfnissen der Bevölkerung zunehmend in Konflikt steht. Zudem wurde erhoben, dass die Tourismusakzeptanz der BerlinerInnen zwar noch relativ hoch ist, es vereinzelt aber bereits Probleme gibt und bei einer ungehemmten Entwicklung von weiteren Herausforderungen ausgegangen werden kann. Deshalb kam es zu einem wichtigen Paradigmenwechsel: „Wir wollen den Erfolg des Tourismus nicht mehr nur quantitativ messen, sondern durch qualitative Ziele und Kriterien ergänzen.“ (o. A. 2017, S. 3) Eine weitere, wichtige Erkenntnis liegt darin, die Bedeutung des Tourismus für die Stadtentwicklung wahrzunehmen: „Das touristische Geschehen in Berlin ist inzwischen so prägend für Stadtbild und Stadtkultur, dass der Tourismus eine strategische Bedeutung für die Entwicklung der gesamten Stadt erreicht hat.“ (ebd.)

Das Konzept wurde unter Beauftragung der Berliner Tourismusorganisation – visitBerlin - von extern beauftragten DienstleisterInnen erarbeitet und zeigt wie ein solches Tourismuskonzept konkret aussehen kann. Zu Beginn wurde neben ExpertInneninterviews mit verschiedensten Stakeholdern auch eine Analyse des Ist-Zustandes, mithilfe einer SWOT-Analyse erarbeitet. Darauf aufbauend wurden Ziele für die touristische Zukunft Berlins formuliert und Nachhaltigkeit als oberstes Grundprinzip festgelegt. Des Weiteren wurden sechs strategische Leitlinien und zehn Handlungsfelder mit konkreten Einzelmaßnahmen entwickelt, die allesamt dazu führen sollen, dass sich der Tourismus in Berlin in Zukunft nachhaltig und stadtverträglich entwickelt. (vgl. o. A. 2017, S. 4) Besonders hervorzuheben ist dabei „Partizipation“ als strategische Leitlinie. Damit ist gemeint, dass die Bevölkerung mit ihrer Expertise in alle Aspekte der Entwicklung miteinbezogen werden soll. (vgl. ebd., S. 27f.) Die aktive Einbindung der BewohnerInnen in die Tourismusedwicklung, wird auch von der UNWTO (2018, S. 39) als wichtige Maßnahme gesehen, um angemessen auf Overtourism reagieren zu können. Damit werden nicht nur Ängste, Wünsche und Bedürfnisse, der in einer Destination wohnhaften Menschen besser berücksichtigt, sondern es kann in weiterer Folge auch eine höhere Tourismusakzeptanz erreicht werden.

Neben kommunalen Tourismuskonzepten, sind auch solche auf regionaler und überregionaler Ebene sinnvoll. Denn vielfach erfordert der Umgang mit Overtourism Lösungsansätze, bei denen eine Einbindung des Umlandes erforderlich ist. Zudem ist insbesondere bei Verteilungs- und Marketingmaßnahmen eine überörtliche Zusammenarbeit und Entwicklung des Tourismus zielführend.

5 Fallbeispiel Salzburg

Mit Stand 2019 leben in der Hauptstadt des gleichnamigen Bundeslandes knapp 156.000 Menschen auf einer Fläche von rund 6,6 km². Etwas mehr als die Hälfte davon ist derzeit Grünland. (vgl. Stadtgemeinde Salzburg 2019, S. 7ff.) Tourismus ist für Salzburg schon lange ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und basiert auf fünf thematischen Säulen, welche die „unique selling points“ darstellen (vgl. Tourismus Salzburg GmbH o. J.):

- **UNESCO-Weltkulturerbe:** Ein Teil der Stadt Salzburg, die ältere, linke Altstadt mit 236 ha Fläche und rund 1000 Objekten, zählt seit 1996 zum UNESCO-Weltkulturerbe. In die Liste der UNESCO-Weltkulturerbestätten werden die herausragendsten Natur- und Kulturdenkmäler aufgenommen. Die Salzburger Altstadt ist dabei eine von zehn solcher Weltkulturerbestätten in Österreich. Der Staat Österreich verpflichtete sich als Unterzeichner des UNESCO-Übereinkommens zum Schutz und Erhalt dieser.
- **Wolfgang Amadeus Mozart:** Salzburg ist eng mit dem Erbe von Wolfgang Amadeus Mozart verbunden. Der weltweit bekannte Musiker ist hier geboren und aufgewachsen, weshalb sich die Stadt auch als Mozartstadt bezeichnet. Das Geburtshaus, sowie das Wohnhaus Mozarts sind beide als Museen besuchbar und gehören zu den größten BesucherInnenmagneten. Daneben gibt es noch zahlreiche weitere Sehenswürdigkeiten und Attraktionen, die mit Mozart in Verbindung stehen. Auch eine eigene Stadtführung, die „Mozart City Tour“, ist ganz dem Leben und Wirken Mozarts gewidmet. Das musikalische Werk ist über eine Vielzahl an Konzerten und Festivals erlebbar.
- **Salzburger Festspiele:** Ein weiterer Eckpfeiler sind die Salzburger Festspiele. Dieses internationale Kulturfestival wird seit 1920 ausgerichtet und feiert damit 2020 sein 100-jähriges Jubiläum. Die Salzburger Festspiele bestehen aus einer Kombination von

Oper, Schauspiel und Konzert und zählen weltweit zu den bedeutendsten Festivals der darstellenden Künste. Die Veranstaltungsorte, drinnen wie draußen, sind über die gesamte Stadt verteilt, die während der Festspielzeit ganz im Zeichen dieses Klassik-Festivals steht. Die Festspiele bieten auch eine Reihe von Gratis-Angeboten, wie etwa Live-Übertragungen auf dem Kapitelplatz.

- **Advent & Stille Nacht:** Ein thematischer Schwerpunkt ist die Adventzeit von Ende November bis Weihnachten. Verschiedene Weihnachtsmärkte, wie der berühmte Salzburger Christkindlmarkt, Adventkonzerte und Brauchtumsveranstaltungen wie Krampus- und Perchtenläufe prägen in dieser Zeit die Stadt. Auch das bekannte Weihnachtslied „Stille Nacht! Heilige Nacht!“ hat im Salzburger Land seinen Ursprung.
- **The Sound of Music:** Vor allem internationale Bekanntheit hat Salzburg als Drehort des Films „The Sound of Music“ erlangt. Dieser porträtiert das Leben der Familie Trapp, die tatsächlich in Salzburg lebte und einen Familienchor gründete, mit dem sie nach ihrer Emigration in die USA 1938 berühmt wurde. Auch wenn die meisten SalzburgerInnen den Film nie gesehen haben, besuchen mehr als 300.000 Menschen deswegen jährlich die Stadt.

Der Tourismus in Salzburg ist also stark kulturell geprägt und eng mit klassischer Kunst, sowie traditionellem Brauchtum verbunden. Zudem ist die einzigartige Altstadt, die zum UNESCO-Weltkulturerbe zählt, ein starker Anziehungspunkt. Durch The Sound of Music kann in Salzburg aber auch von einem gewissen Filmtourismus gesprochen werden.

5.1 Tourismusstatistik¹

Jahr	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.131.000	1.215.000	1.273.000	1.388.000	1.444.000	1.501.000	1.554.000	1.629.000	1.758.000	1.821.000	1.909.000
Übernachtungen	2.060.000	2.193.000	2.293.000	2.487.000	2.552.000	2.635.000	2.710.000	2.829.000	3.043.000	3.141.000	3.308.000
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Gäste pro Tag	5644	6008	6282	6814	6992	7219	7425	7751	8337	8605	9063

Abbildung 6: Gästestatistik Salzburg 2009 - 2019; Quelle: Stadt Salzburg, eigene Darstellung

Der Tourismus in der Stadt Salzburg weist seit einem kleinen Einbruch 2009, ein kontinuierliches, starkes Wachstum auf. Die Ankünfte haben sich innerhalb von zehn Jahren um 69% auf 1,9 Mio. erhöht. Die Anzahl der Übernachtungen ist im selben Zeitraum ähnlich stark gestiegen und um 60% von knapp 2 Millionen auf über 3,3 Millionen angewachsen. Im

¹ alle Zahlen entstammen, sofern nicht anders angeführt, von der Stadt Salzburg, Stadtarchiv und Statistik und eigenen Berechnungen

Durchschnitt ist die Anzahl der Ankünfte um 5,4% und die der Übernachtungen um 4,9% pro Jahr gewachsen. Auch in den Anrainergemeinden ist ein starker Wachstumstrend zu verzeichnen. Hier hat im selben 10-Jahreszeitraum ein Nächtigungszuwachs von gut 45% stattgefunden. Wie stark der Tourismus in der Stadt Salzburg wächst, zeigt sich auch im Vergleich mit dem restlichen Teil des politischen Bezirks Salzburg-Umgebung, in dem das Wachstum von 2009 – 2019 nur 10% betrug. Salzburg weist zudem mit 21 Übernachtungen pro EinwohnerIn, die, mit Abstand, höchste Tourismusedichte der Landeshauptstädte Österreichs auf. Es folgen Bregenz mit 14, Innsbruck mit 13 und Wien mit 8 Übernachtungen pro EinwohnerIn. Salzburg weist also eine fast dreimal höhere Tourismusintensität auf als Wien.

Auch im internationalen Vergleich liegt Salzburg bei der Tourismusintensität im „Spitzenfeld“. Die Übernachtungen pro EinwohnerIn sind in etwa gleich hoch wie in Paris oder Venedig und werden nur noch von kleinen Tourismusdestinationen übertroffen. Für eine größere Stadt ist dieser Wert sehr hoch und liegt deutlich über dem anderer Städte, wie Barcelona oder Rom, die ebenfalls von Overtourism betroffen sind, aber nur etwas mehr als die Hälfte der Übernachtungen pro EinwohnerIn von Salzburg verzeichnen. (vgl. Preveden et al. 2018, S. 8)

Waren 2009 noch durchschnittlich 5644 übernachtende TouristInnen pro Tag in der Stadt, so sind es 2019 bereits 9063. Der weltweite Trend zu kürzeren Reisen ist auch in Salzburg erkennbar. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat in den vergangenen zehn Jahren leicht abgenommen und ist von 1,8 auf 1,7 Tage gesunken.

Zu den 3,3 Millionen Übernachtungen pro Jahr kommen zusätzlich noch rund 6,5 Millionen Tagesgäste. Etwas mehr als die Hälfte davon stammt aus der direkten Umgebung im Land Salzburg und dem angrenzenden Bayern, die restlichen 3 Millionen sind TouristInnen die hier einen Zwischenstopp einlegen oder für einen Tagesausflug aus einer anderen, nahegelegenen touristischen Destination in die Stadt kommen. Die durch TagesbesucherInnen generierte Wertschöpfung ist dabei relativ niedrig und beläuft sich durchschnittlich auf 35 Euro pro Person. (vgl. Tourismus Salzburg GmbH 2019, S. 3) Die Anzahl der Tagesgäste ist allerdings nur eine Schätzung und könnte auch höher liegen. Manche Schätzungen gehen sogar von bis zu 9 Millionen aus. Aber auch mit dem geringeren Wert der Tourismus Salzburg GmbH und den Übernachtungen kommt man in Salzburg auf 26.849 TouristInnen, die sich an einem

durchschnittlichen Tag in der Stadt aufhalten. Das entspricht 17% der Salzburger Bevölkerung und zeigt deutlich, wie prägend und einflussreich der Tourismus für Salzburg ist.

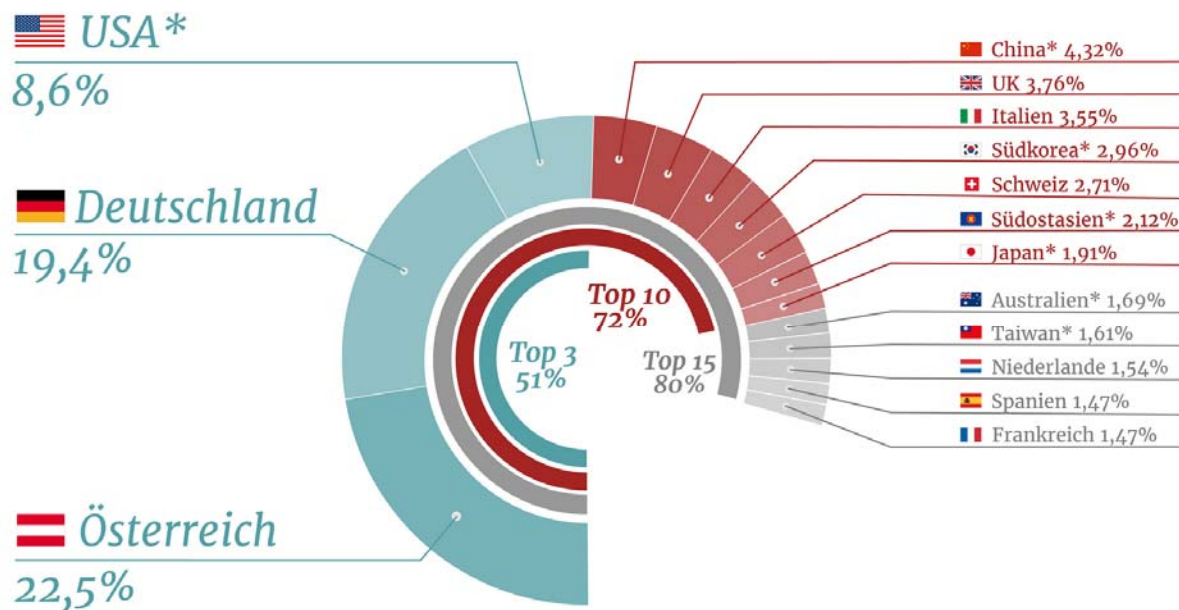


Abbildung 7: Herkunftsländer Tourismus Stadt Salzburg 2019; Quelle: salzburg.info/statistik

Das wichtigste Herkunftsland für den Tourismus in Salzburg ist, mit einem Anteil von fast einem Viertel, Österreich. Ein ähnlich großer Teil, nämlich 19% der TouristInnen, kommt aus Deutschland. Bereits mit relativ großem Abstand folgen die USA, worauf knapp 9% der Gäste entfallen. Neben diesen drei Ländern, auf die zusammen die Hälfte der Nächtigungen entfällt, weisen alle anderen Herkunftsländer Anteile von unter 5% auf. Insgesamt entfallen etwas mehr als drei Viertel auf ausländische Gäste.

Die saisonale Verteilung des Tourismus in Salzburg ist relativ ausgeglichen und über die letzten zehn Jahre hinweg stabil. Etwa 60% der Nächtigungen entfallen auf das Sommer- und 40% auf das Winterhalbjahr. Die beiden stärksten Monate sind Juli und August.

Tourismus ist mit einem Gesamtumsatz von rund einer Milliarde Euro ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor für die Stadt Salzburg. Der Anteil an der gesamten Wirtschaftsleistung liegt bei 15-20% und gut 10.000 Arbeitsplätze sind vom Tourismus abhängig. Auch einzelne touristische Attraktionen wie die Festspiele (183 Mio. €) oder der Salzburger Christkindlmarkt (60 Mio. €) generieren eine beträchtliche Wertschöpfung. (vgl. Tourismus Salzburg GmbH 2019, S. 3) Allerdings sind die Einnahmen pro TouristIn im internationalen Vergleich relativ niedrig.

5.2 Auswirkungen

Neben den statistischen Zahlen, die bereits eine sehr deutliche Sprache sprechen und klare Anzeichen für Overtourism in Salzburg liefern, lassen sich zudem viele der typischen Kennzeichen und Auswirkungen, die Overtourism charakterisieren beobachten.

Overcrowding ist in Salzburg vor allem in der Altstadt und dabei insbesondere in der Getreidegasse und rund um touristische Attraktionen wie Mozarts Geburtshaus ein Problem. Gleichzeitig kommt es an Engstellen wie dem Markatsteg, der über die Salzach führt, immer wieder zu Blockierungen durch Menschenmassen. Diese besonders sichtbare Auswirkung übermäßigen Tourismus, führt zu sinkender Tourismusakzeptanz bei der Bevölkerung, was sich etwa in Beschimpfungen gegenüber TouristInnen äußert. (vgl. Ruep 2019a) Neben regelmäßigen Beschimpfungen, die vor allem geführte Reisegruppen treffen, kommt es teilweise auch zu tätlichen Angriffen gegen TouristInnen und ReiseführerInnen. Eine Salzburger Reiseführerin wurde etwa von einem Mann zu Boden gestoßen und brach sich dabei den Arm, zuvor wurde die dazugehörige koreanische Reisegruppe mit Tritten attackiert. Auch andere ReiseführerInnen berichten von verbalen und physischen Angriffen. (vgl. Schenker 2019)

Eine weitere Auswirkung, die den Overtourism in Salzburg charakterisiert, sind Verkehrsprobleme. Diese werden unter anderem durch eine große Anzahl von Reisebussen verursacht, die zu Verkehrsbehinderungen führen. Das Problem war bis zur Einführung der Buserminals mit Slot-System im Jahr 2018 besonders stark spürbar, da die Busse die ohnehin stark frequentierten Straßen entlang der Altstadt zusätzlich belasten und beim Ein- und Aussteige-Prozess den Verkehr blockieren. (vgl. Neuhold 2018) Aber auch der touristische Individualverkehr stellt für Salzburg ein großes Problem dar. Vor allem an regnerischen Tagen im Sommer bricht der Verkehr regelmäßig zusammen und es gibt Stau auf den Zufahrtsrouten und in der Stadt selbst. Bei Schlechtwetter suchen viele TouristInnen aus den umliegenden Seengebieten die Stadt zum Sightseeing auf oder um einzukaufen. Auch viele BewohnerInnen der nahegelegenen Gemeinden in Salzburg Umgebung und Bayern nutzen schlechtes Wetter im Sommer für einen Ausflug in die Stadt. Diese Situation führt bereits seit Jahrzehnten immer wieder zu politischen Diskussionen und verschiedenen Lösungsansätzen, wie einer „Schlechtwettersperre“ oder einer Zufahrtsregelung mit Ampeln, von denen sich bis jetzt in der Praxis nichts wirklich bewährt hat. (vgl. ORF Salzburg 2019a)

In der Altstadt sind deutliche Abwanderungstendenzen der Bevölkerung zu beobachten. Während im gesamten Stadtgebiet zwischen 2008 und 2015 um 3% mehr EinwohnerInnen zu verzeichnen waren, sind die Zahlen im selben Vergleichszeitraum in der Altstadt um 15% gesunken. Diese Abwanderung lässt sich zwar nicht eindeutig nur auf den Tourismus zurückführen, die zunehmende Touristifizierung wird aber als wesentlicher Faktor hinter dieser Entwicklung angenommen. (vgl. Smigiel et al. 2019, S. 4)

Auch das Verhalten mancher TouristInnen stellt in Salzburg ein Problem dar. Ähnlich wie in Prag oder Amsterdam sorgen feiernde Menschen für Unruhe in der Stadt, wenn auch in deutlich geringerem Ausmaß. Spezifisch für die Situation in Salzburg sind JungesellInnenabschiede, auch Poltergruppen genannt, die aus dem nahen Salzburger Umland und Bayern anreisen und sowohl für Einheimische als auch viele andere TouristInnen belästigend wirken. (vgl. Ruep 2019a)

Eine Analyse zu den sozialräumlichen Auswirkungen von Kurzzeitvermietungen in der Stadt Salzburg wurde von Smigiel et al. (2019) durchgeführt. Hierfür wurde ein Ansatz mit einer Mischung aus qualitativen und quantitativen Methoden gewählt. Zu Beginn wurde die genaue Angebotsstruktur an zwei Stichtagen erhoben und ausgewertet. Darauf aufbauend wurden Interviews mit AnbieterInnen geführt, die 10% des Salzburger Markts repräsentieren.

Zur durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von TouristInnen, die in einer Unterkunft übernachten, die sie über eine Kurzzeitvermietungsplattform gebucht haben, gibt es nur Schätzungen. Eine Befragung von EcoAustria (2019, S. 12) kommt allerdings auf einen Wert von 3,7 Tagen, was deutlich über der allgemeinen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,7 Tagen in Salzburg liegt.

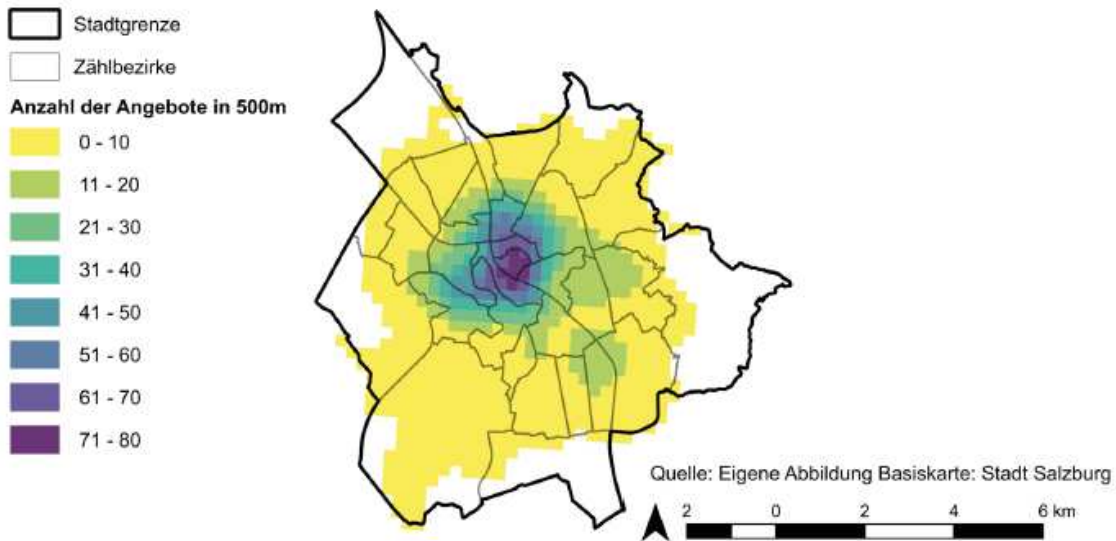


Abbildung 8: Verteilung der AirBnB Angebote in Salzburg; Quelle: Smigiel et al. 2019, S. 7

Ähnlich wie in anderen Städten konzentriert sich das AirBnB-Angebot auch in Salzburg auf die zentral gelegene, historische Altstadt, die für TouristInnen die höchste Anziehungskraft hat. Gleichzeitig handelt es sich dabei um stark nachgefragte Gebiete am Wohnungsmarkt, in dem ohnehin tendenziell hohe Preise gegeben sind.

Die Angebotsstruktur lässt auch in Salzburg auf einen professionellen Markt schließen. Einzelne und geteilte Zimmer machen nur rund ein Viertel der Angebote aus, der Großteil entfällt auf ganze Wohnungen oder Häuser. Dazu kommt, dass 24% der AnbieterInnen mehr als eine Unterkunft anbieten und auf dieses Segment 55% der Angebote entfallen. Die „Hobby-Vermietung“ spielt also eine geringere Rolle, macht aber zumindest fast die Hälfte des Marktes aus. (vgl. Smigiel et al. 2019, S. 9)

Der Verlust an Wohnraum durch dauerhaft dem Markt entzogene Wohnungen ist in Salzburg noch relativ gering. Aber auch hier gibt es eine starke Konzentration auf bestimmte, innerstädtische Gebiete, in denen bereits signifikante Anteile von bis zu 3,7% der Wohnungen durch Kurzzeitvermietung am regulären Wohnungsmarkt fehlen. Der Anreiz eine Wohnung in Salzburg über Kurzzeitvermietungsplattformen anzubieten ist hoch. Im gesamten Stadtgebiet kann damit bedeutend mehr erwirtschaftet werden, als mit regulärer Vermietung, teilweise um mehr als 300%. (vgl. Smigiel et al. 2019, S. 11)

5.3 Strategien und Maßnahmen

In den letzten Jahren hat Salzburg bereits eine Reihe von Anpassungsmaßnahmen getroffen, die eine Reaktion auf die Auswirkungen von Overtourism in der Stadt darstellen.

In Salzburg scheint mittlerweile auch auf oberster politischer Ebene das Bewusstsein dafür eingetreten zu sein, dass die Entwicklungen im Tourismus zu einer angespannten Situation geführt haben und ein unreguliertes Fortlaufen die Grenzen der Tragfähigkeit weiter übersteigen würde. Noch Anfang 2019 wurde vom ressortzuständigen Bürgermeister Harald Preuner und dem Geschäftsführer der Salzburger Tourismusorganisation Herbert Brugger die Position vertreten, dass eine Obergrenze für TouristInnen weder sinnvoll, noch praktisch möglich sei. (vgl. Salzburger Nachrichten 2019) Im Jänner 2020, nach einem weiteren Wachstumsrekord, änderte sich diese Position jedoch schlagartig. Bürgermeister Preuner formulierte den Vorschlag einer Bettenobergrenze von 15.000 für die Stadt. Hintergrund der Überlegung ist die Befürchtung, dass auch die übernachtenden TouristInnen bei einem ungebremsten Wachstum zu Problemen, wie einer sinkenden Akzeptanz des Tourismus unter der Bevölkerung führen könnten. Bemerkenswert ist, dass sogar der Landesvorsitzende der Hotelierversammlung, Walter Veit, eine solche Bettenobergrenze für sinnvoll hält. Hauptargument dahinter sind offene Kapazitäten bei der Auslastung. Diese entsprach über das Jahr 2019 rund 61% bei den Betten und 80% bei den Zimmern. Auch wenn die Verteilung der Gäste auf das Sommer und Winterhalbjahr relativ ausgeglichen ist, gibt es Zeitspannen mit geringerer Auslastung, weshalb Veit Bestrebungen nach einer noch besseren, ganzjährigen Verteilung für sinnvoll hält. (vgl. Huber 2020a) Es könnte bei der Umsetzung der Obergrenze allerdings zu ähnlichen Problemen wie in Amsterdam kommen, wo sich die Bautätigkeit von Hotels in die Vororte verlagert hat. Nach der Formulierung einer noch nicht beschlossenen Bettenobergrenze, wurde im April 2020 auch eine Obergrenze für TagestouristInnen angedacht. Dabei kann und soll vor allem bei Busreisenden angesetzt werden. Bürgermeister Preuner spricht hier von einer Reduktion um 8.000 – 10.000 Busse pro Jahr, die über das Slot-System für Reisebusse durchgesetzt werden könnte. (vgl. Nagl 2020) Allerdings ist hierbei zu bedenken, dass BustouristInnen nur rund ein Drittel der geschätzt bis zu 9 Millionen jährlichen TagesbesucherInnen ausmachen. (vgl. Neuhold 2018) Eine Limitierung der Reisebusse stellt für Salzburg jedoch eine Möglichkeit dar, vergleichsweise

effektiv in die Anzahl der Tagesgäste eingreifen zu können. Für Individualreisende sind Beschränkungen deutlich schwieriger durchzusetzen.

Eine Maßnahme um durch Reisebusse ausgelöste Verkehrsprobleme in den Griff zu bekommen, war die Einführung eines Slot-Systems. Das Parken ist für solche Busse nur noch in zwei Terminals in Nonntal und der Paris-Lodron Straße erlaubt und erfordert eine kostenpflichtige Vorabanmeldung, mit der ein Zeitfenster zum Ein- und Aussteigenlassen vergeben wird. Gegenüber rund 50.000 Reisebussen 2017 vor der Einführung, sank die Zahl 2019 auf rund 38.000. Dies wird von der Stadtpolitik auf die neue Regelung zurückgeführt. (vgl. Huber 2020b) Der Zeitraum ist allerdings sehr kurz, um hier konkrete Ursache-Wirkungszusammenhänge zweifelsfrei feststellen zu können. Grundsätzlich konnte der Busverkehr mit dieser Maßnahme aber in geordnetere Bahnen gelenkt werden. Die Regelung wird Berichten zufolge aber zum Teil umgangen, indem Reisebusse ihre Gäste illegal an anderen Orten in der Stadt aussteigen lassen und damit das Verkehrsgeschehen erneut blockieren. Deshalb wurde ein privater Wachdienst damit beauftragt die Aktivitäten von Reisebussen in der Stadt zu überwachen und Vergehen an die Polizei zu melden. Ein Problem, wogegen rechtlich nicht vorgegangen werden kann, besteht mit legalen Parkmöglichkeiten, etwa vor Chinarestaurants. (vgl. Ruep 2019b)

Um den Individualverkehr der durch TagesbesucherInnen entsteht zu reduzieren, wurde 2019 für die Hochsaisonmonate Juli und August ein Park and Ride Angebot beim Messegelände, am Rande der Stadt, eingerichtet. Vom kostenlosen Parkplatz fährt ein Shuttlebus bis zum Hanuschplatz in der Altstadt, der pro Person 3 Euro kostet. (vgl. Ruep 2019b) Da diese Möglichkeit bis jetzt erst in einem Sommer bestanden hat, ist eine Evaluierung zum jetzigen Zeitpunkt noch wenig aussagekräftig. Was sich bereits sagen lässt, ist, dass das Angebot zu Beginn aber noch nicht sehr stark angenommen wurde. An durchschnittlichen Wochentagen im August, waren etwa 400 von 3000 vorhandenen Stellplätzen belegt. Die Idee wird von der Stadtregierung aber weiter forciert und für 2020 war eine zweite Park and Ride Möglichkeit beim Flughafen geplant. (vgl. ORF Salzburg 2019b)

Auf die negativen Auswirkungen durch Kurzzeitvermietung hat die Stadt nicht selbst reagiert. Stattdessen wird hier auf Landesebene über das Raumordnungsgesetz und ein eigenes, neues „Nächtigungsabgabengesetz“ versucht mit einer gesetzlichen Limitierung den Markt zu regulieren. Über das Salzburger Raumordnungsgesetz ist seit 2018 festgelegt, dass eine

Kurzzeitvermietung von ganzen Wohnungen oder Häusern nur noch dann zulässig ist, wenn AnbieterInnen dort selbst ihren Hauptwohnsitz gemeldet haben. Dies dürfte wohl nur sehr selten der Fall sein. Zudem dürfen geförderte Wohnungen nicht derartig vermietet werden und in Mehrparteienhäusern müssen alle MieterInnen der Kurzzeitvermietung einer Wohnung im Gebäude zustimmen. Das Nächtigungsabgabengesetz, das mit Anfang 2020 in Kraft getreten ist, verpflichtet potentielle AnbieterInnen außerdem zu einer Registrierung bei der Gemeinde. Wenn eine Kurzzeitvermietung nach Prüfung durch die Behörde als zulässig nach dem Raumordnungsgesetz eingestuft wird, ist wie bei gewerblichen Unterkünften die Ortstaxe zu bezahlen. Außerdem erhalten AnbieterInnen bei Genehmigung eine Registriernummer, die auf der Plattform angegeben werden muss. (vgl. Rued 2019c)

Nachdem die gesetzliche Regulierung des Kurzzeitvermietungsmarkts in Salzburg erst vor recht kurzer Zeit erfolgt ist, sind noch keine konkreten Auswirkungen feststellbar. Es ist allerdings anzunehmen, dass es auch hier Schwierigkeiten bei der Durchsetzung geben wird und ähnlich wie in Berlin, viele Wohnungen weiterhin illegal angeboten werden.

Salzburg arbeitet auch mit der Strategie, eine bessere räumliche Verteilung des Tourismus zu erreichen. Konkrete Maßnahmen dazu sind derzeit in Diskussion und Planung. Grundsätzlich strebt die Stadt eine Attraktivierung von Örtlichkeiten außerhalb der Altstadt für TouristInnen an. Thematische Wanderwege über die Stadtberge oder zu den verschiedenen Kirchen sind konkrete Vorschläge, um TouristInnen von den Hotspots wegzubewegen. Auch eine BesucherInnenlenkung über alternative Routen, welche die am stärksten frequentierten Wege zur Altstadt und innerhalb dieser vermeiden sollen, ist angedacht. Die Routenplanung soll dabei vor allem in Zusammenarbeit mit ReiseführerInnen umgesetzt werden. Zusätzlich sollen Reisegruppen in ihrer Größe beschränkt werden. (vgl. Salzburger Nachrichten 2019)

Eine bessere BesucherInnenlenkung ist auch zentrales Thema im neuen Tourismusleitbild der Stadt Salzburg, das 2019 überarbeitet und im Frühjahr 2020 beschlossen wurde. Hier zeigt sich eine klare Verschiebung der Prioritäten, indem die Kernaufgabe der Tourismusorganisation der Stadt, der Tourismus Salzburg GmbH, weg von Marketing und dem Akquirieren von TouristInnen, hin zu einem besseren Management der BesucherInnen vor Ort geändert wurde. In Zusammenarbeit mit dem Austrian Institute of Technology sollen mehrjährige, ganzheitliche Konzepte zur BesucherInnenlenkung erarbeitet werden, die sowohl

Versesserungen für TouristInnen, als auch für die EinwohnerInnen bringen sollen. (vgl. Tourismus Salzburg GmbH 2020)

Es gibt für die Stadt Salzburg auch bereits jetzt ein kombiniertes Ticket, die Salzburg Card, worin alle Eintritte für Sehenswürdigkeiten und Museen, sowie eine kostenfreie Nutzung des öffentlichen Stadtverkehrs enthalten sind. Die Salzburg Card inkludiert aber nicht nur die klassischen Sehenswürdigkeiten, sondern umfasst auch weniger bekannte, touristische Attraktionen abseits des Zentrums und der berühmten Hotspots. (vgl. Tourismus Salzburg GmbH o. J.) Die Salzburg Card stellt eine effektive Maßnahme dar, um TouristInnen besser räumlich in der Stadt und darüber hinaus zu verteilen. Bis zu 100.000 Personen pro Jahr besuchen mit der Karte Hellbrunn und bis zu 70.000 nutzen die Möglichkeit mit der Seilbahn auf den Untersberg zu fahren. (vgl. Salzburger Nachrichten 2019) Im Jahr 2018 wurden knapp 255.000 Karten verkauft, die zu 1,3 Millionen Eintritten und Einnahmen für die enthalten Museen und Sehenswürdigkeiten von insgesamt 5,38 Millionen Euro führten. (vgl. Tourismus Salzburg GmbH 2019) Allerdings ist die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf das Stadtgebiet beschränkt, die S-Bahn ist nicht enthalten und die meisten Attraktionen beschränken sich ebenfalls auf die Stadt. Eine Erweiterung des Angebots mit mehr Attraktionen außerhalb der Stadt, wäre daher eine Möglichkeit, noch mehr TouristInnen aus dem überfüllten Stadtgebiet zu bringen und für eine bessere räumliche Verteilung zu sorgen.

2019 wurde im Auftrag der Tourismus Salzburg GmbH ein Ideenwettbewerb veranstaltet, dessen zentrale Fragestellung lautete: „Wie kann Salzburg seine hohe Lebensqualität erhalten und gleichzeitig ein attraktives Reiseziel bleiben?“ Damit sollten BewohnerInnen und andere Stakeholder aktiviert und zur Partizipation bei der Erarbeitung neuer und unkonventioneller Ansätze im Tourismusmanagement für die Stadt gebracht werden. Von den VeranstalterInnen wurde der Wettbewerb als Erfolg gewertet, rund 300 Vorschläge wurden eingebracht. Die ersten drei Plätze gingen dabei an Ideen, die allesamt unter das Thema BesucherInnenlenkung, also einer besseren räumlichen und zeitlichen Verteilung von TouristInnen subsumiert werden können. Das Siegerprojekt „SalzART“ schlägt vor „Streetart, Statuen, Kunstwerke und -installationen an ausgewählten Plätzen aufzustellen, um so die Besucherströme umzulenken und besonders belastete Touristen-Hotspots zu entlasten.“ (Open Innovation Salzburg 2020) Auf Platz zwei wurde ein Vorschlag gewählt, mittels datenbasiertem, digitalem Nudging eine Verhaltensänderung bei TouristInnen zu schaffen,

indem gewisse Anreize wie Dynamic-Pricing Besucherströme umleiten. Das dritte prämierte Konzept fordert eine Vereinfachung des Park and Ride Systems, die durch einheitlichen Ticketbezug an allen Parkplätzen und ähnliches erreicht werden soll. Auch eine Express-Shuttlebuslinie in die Altstadt ist Teil des Vorschlags. (vgl. ebd.) Eine Einbindung der Bevölkerung ist auf jeden Fall sinnvoll und hat sich bewährt, um Potential zu bündeln und gute Lösungen zu finden. Es ist allerdings anzumerken, dass eine noch stärkere Einbindung der BewohnerInnen bei der Erstellung des neuen Tourismuseitbilds verabsäumt wurde.

5.4 Analyse und Resümee

Die Analyse des Fallbeispiels Salzburg zeigt klar, dass hier von Overtourism gesprochen werden kann und die Belastung durch den Tourismus nicht nur im österreichischen, sondern auch internationalen Vergleich sehr hoch ist. Der Tourismus ist in Salzburg bereits seit Jahrzehnten ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und eigentlich eine Erfolgsgeschichte. Mit stetigem Wachstum, das in den letzten zehn Jahren noch einmal besonders stark zugenommen hat, wurde allerdings die Grenze der Tragfähigkeit überschritten. Das Wachstum im vergangenen Jahrzehnt war zwar nicht so stark wie in anderen Overtourism-Destinationen, allerdings weist Salzburg schon lange eine sehr hohe Tourismusintensität auf, sodass jede weitere Steigerung an sich schon problematisch ist. Die im Verhältnis zur Bevölkerung sehr hohe Anzahl von TouristInnen, konzentriert sich zudem hauptsächlich auf die zentrale Altstadt, dem Kern, der ohnehin eher kleinen Stadt. Durch dauerhafte Belastungen, die in ihrer Intensität immer weiter zunehmen, sinkt die Tourismusakzeptanz innerhalb der Bevölkerung und es kommt immer öfter zu Konflikten.

Zu den problematischen Auswirkungen des Tourismus in Salzburg zählen vor allem Overcrowding, überlastete Infrastruktur und Verkehrsprobleme. Aber auch steigende Mieten, zunehmende Touristifizierung, die in der Salzburger Altstadt ohnehin schon lange weit fortgeschritten ist, sowie das Verhalten mancher TouristInnen stellen die Stadt zunehmend vor Herausforderungen.

Es zeigt sich, dass, ähnlich wie in anderen Destinationen, das Problem erst relativ spät erkannt wurde und auf politischer Ebene lange Zeit zu wenig Bewusstsein für Overtourism vorhanden war. Noch 2019 wurde der neue Nächtigungsrekord als Erfolg präsentiert. Mittlerweile kam es aber bereits zu einem Umdenken auf höchster, politischer Ebene und einen Wechsel der Strategie: Weg von weiterem Wachstum, hin zu Obergrenzen, De-Marketing und einem

besseren BesucherInnenmanagement. Obergrenzen für den Tourismus sind allerdings noch nicht tatsächlich festgeschrieben worden und lassen sich wirksam nur dazu einsetzen, die Zahl der übernachtenden Gäste und TagesbesucherInnen die per Bus anreisen, zu beschränken. Ein großer Teil der TouristInnen in Salzburg kommt allerdings aus Österreich und Deutschland und reist individuell an, oftmals mit dem eigenen PKW. Hierfür muss noch eine effektive Lösung gefunden und zumindest die derzeitige Maßnahme, über Parkplätze am Stadtrand und Shuttlebusse eine Reduktion der Belastung zu erzielen, verstärkt beworben und attraktiviert werden. Ansätze zum besseren BesucherInnenmanagement gehen in die richtige Richtung und sollten weiter forciert werden, etwa mittels digitaler Systeme zur Echtzeitanalyse und einer intelligenten Lenkung der TouristInnen. Die Zusammenarbeit mit ReiseführerInnen ist ein sehr vielversprechender Ansatz, da vor allem große Reisegruppen sehr auffällig sind, Platz brauchen und von BewohnerInnen mit problematischem Tourismus verbunden werden. Zudem kommt es durch solche Gruppen auch leichter zu störenden Overcrowding-Situationen, die durch bessere Koordination und veränderte Routenführung reduziert werden können. Eine Erweiterung der Salzburg-Card und die weitere Schaffung neuer touristischer Angebote abseits der Hotspots, vor allem für Schlechtwettertage, wären sehr wichtig um eine dauerhafte Entlastung der Stadt zu erreichen.

Auch Zugangsbeschränkungen für Hotspots oder sogar die gesamte Altstadt wären eine Möglichkeit, da die Altstadt relativ gut absperrenbar wäre. Das Problem bei einer solchen Maßnahme ist allerdings, dass auch die BewohnerInnen dadurch gestört werden und der Tourismus noch stärker in die Wahrnehmung rücken kann, da der Eindruck eines Freilichtmuseums entstehen kann.

Gegenüber PartytouristInnen und anderem störenden Verhalten könnte mit bewusstseinsbildenden Maßnahmen vorgegangen werden. Im Vergleich mit anderen Destinationen ist dieses Problem in Salzburg aber nicht so stark ausgeprägt und hat daher keine so große Priorität, dass mit Verboten und Strafen dagegen vorgegangen werden müsste.

Es zeigt sich auch in Salzburg, dass Maßnahmen gegen Overtourism in der Praxis schwierig umzusetzen sein können, da manche AkteurInnen sich nicht an Vorgaben halten, wie das teils umgangene Halteverbot für Busse zeigt. Deshalb zählt es nicht nur zu den Herausforderungen, geeignete Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, sondern auch deren Umsetzung effektiv zu bewerkstelligen. Zudem sind die meisten Maßnahmen erst in den letzten Jahren gesetzt

worden oder werden zum Teil erst aktiv, wodurch bisher kaum Aussagen über die Effektivität getroffen werden können. Hier ist es wichtig in der nahen Zukunft eine detaillierte Evaluierung durchzuführen.

Am Beispiel Salzburg ist zudem ersichtlich, dass Overtourism eine komplexe Herausforderung darstellt, für die es kein Allheilmittel gibt. Es gibt aber trotzdem viele Parallelen und Gemeinsamkeiten mit anderen betroffenen Destinationen, hinsichtlich der Auswirkungen und auch Anpassungsstrategien. Wichtig ist, dass auf oberster politischer Ebene erkannt wurde, dass Salzburg von Overtourism betroffen ist und nun Strategien und Maßnahmen erarbeitet werden, um darauf zu reagieren. Auch wenn eine deutlich frühere Reaktion sinnvoll gewesen wäre, sind nun gute Ansätze vorhanden, sowie ein neues Tourismusleitbild beschlossen worden, das auf die Problematik Bezug nimmt. Neben punktuellen Aktionen, wie einem Ideenwettbewerb, wäre auch eine grundsätzlich stärkere Einbeziehung der Bevölkerung in die Salzburger Tourismusplanung sinnvoll, weil dadurch eine höhere Akzeptanz gegenüber dem Tourismus erreicht werden kann. Es lässt sich aber auch festhalten, dass bei einem bereits vorhandenen Zustand von Overtourism nur noch Schadensbegrenzung möglich ist und eine starke Reduktion des Tourismus in der Praxis kaum funktioniert. An dieser Stelle ist nur noch eine Verminderung des weiteren Wachstums, besseres Management und rechtliche Regulierung möglich, um zumindest eine weitere Verschärfung der Situation zu vermeiden.

6 Schlussfolgerungen

Tourismus ist grundsätzlich ein vielschichtiges Phänomen mit positiven und negativen Auswirkungen. Die Entwicklungen in der jüngeren Vergangenheit haben aber dazu geführt, dass in immer mehr Destinationen weltweit die problematischen Auswirkungen überwiegen.

Overtourism ist ein reales Phänomen. Es handelt sich dabei zwar um nichts gänzlich Neues, denn punktuell gibt es Overtourism schon lange, allerdings hat das exponentielle Wachstum im Tourismus dazu geführt, dass in immer mehr Destinationen die Tragfähigkeit in einem oder mehreren Aspekten überschritten wurde. Die Schaffung eines eigenen, spezifischen Begriffs für diesen Zustand spiegelt die teils drastischen Auswirkungen wider, mit denen sich immer mehr kleine Orte und große Städte konfrontiert sehen. Auch wenn es keine klaren Grenzwerte gibt, um diesen Zustand eindeutig zu definieren und vor allem die soziale und psychische

Tragfähigkeit einer subjektiven Betrachtungsweise unterliegen, stellt Overtourism einen geeigneten Begriff dar, um die zunehmend problematische Situation zu beschreiben. Der Hauptgrund für Overtourism ist im immer schneller wachsenden Tourismusvolumen zu finden, das schon für sich, unbestreitbar für eine noch nie dagewesene Situation sorgt, in der sich in manchen Destinationen die Anzahl der TouristInnen innerhalb weniger Jahre verdoppelt hat. Es ist nachvollziehbar, dass ein derartiger Anstieg irgendwann nicht mehr tragbar ist. Dieses Wachstum ist auf verschiedene Trends und Entwicklungen zurückzuführen, wie steigenden Wohlstand, Billig-Flüge, Digitalisierung und vermehrten Tagestourismus.

Overtourism charakterisiert sich durch eine Reihe von problematischen Auswirkungen, die zu sinkender Lebensqualität für die ortsansässige Bevölkerung führen und letztlich deren Akzeptanz gegenüber dem Tourismus sinken lassen. Konstantes Overcrowding führt zu Stress, Frustration und schließlich dazu, dass die einheimische Bevölkerung betroffene Gebiete zu vermeiden versucht. Es handelt sich dabei auch um eine besonders stark sichtbare Auswirkung, die damit für die Wahrnehmung der EinwohnerInnen besonders relevant ist. Ähnlich verhält es sich mit überlasteten Infrastrukturen. Durch Touristifizierung verändert sich der Charakter von Nachbarschaften und ganzer Stadtteile, die Geschäftsstruktur und gesamte Versorgung wird immer mehr an die touristischen Bedürfnisse angepasst. Im Extremfall fühlen sich Menschen dadurch in ihrer eigenen Nachbarschaft nicht mehr zu Hause und müssen Besorgungen des täglichen Bedarfs weit vom Wohnort entfernt erledigen. Weiters führen steigende Mieten und Preise, die vorrangig auf zunehmende touristische Vermietung von Wohnungen zurückzuführen sind, zu Verdrängungsprozessen und Abwanderung. Im Extremfall können diese Tendenzen darin resultieren, dass Stadtteile oder ganze Ortschaften zu einer rein touristischen Kulisse oder einer Art Freilichtmuseum verkommen. Hinzu kommen teils massive Belastungen, die sich durch das Verhalten von TouristInnen für die lokale Bevölkerung ergeben. Dazu zählen konstanter Lärm und Sachbeschädigungen von Betrunknen, aber auch respektloses Verhalten und fehlende Privatsphäre. Zudem entstehen große Mengen an Müll, sonstige Umweltbeeinträchtigungen und Schäden an historischer Bausubstanz.

Dies alles stellt Destinationen vor große Herausforderungen, denen aber mit unterschiedlichen Strategien und Maßnahmen begegnet werden kann. Während es viele vergleichbare Gemeinsamkeiten gibt, zeigen sich auch örtliche Unterschiede in der Art und

Intensität der Auswirkungen. Deshalb muss auch die Reaktion darauf entsprechend angepasst ausfallen. Allerdings sind ebenso wie die Problemlagen, auch grundsätzlich Strategien auf andere Orte übertragbar, lediglich die konkrete Ausgestaltung der Maßnahmen muss individuell erfolgen.

Die Möglichkeiten auf die globalen Treiber des Tourismuswachstums Einfluss zu nehmen sind für die einzelnen Destinationen begrenzt. Zumindest der Versuch einer Reduktion des Wachstums ist aber eine zielführende Strategie. Denn neben dem absoluten Wachstum zeigt sich, dass auch die Geschwindigkeit der Zunahme von entscheidender Bedeutung für die Wahrnehmung der Bevölkerung ist. Hier kann grundsätzlich mit Preismaßnahmen gearbeitet werden, wie etwa Eintrittsgebühren für TagestouristInnen. Dies stellt aber oftmals nur eine Kompensation dar und kann sich, wenn sie hoch angesetzt werden, als Benachteiligung für sozial schwächere Menschen erweisen. Obergrenzen für Hotelbetten und Zugangsbeschränkungen für BesucherInnen die mittels Kreuzfahrtschiff oder Bus anreisen, sind vergleichsweise effektiver. Zudem sollte das Marketing für bereits überlastete Destinationen eingestellt und stattdessen auf weniger stark frequentierte Ziele verlagert werden. Wachstumsreduktion stellt ein Mittel dar, um auf alle Auswirkungen zu reagieren, die sich vorrangig auf das zu hohe Tourismusvolumen zurückführen lassen. Dazu zählen Overcrowding, überlastete Infrastrukturen, Umweltbeeinträchtigungen und Beschädigungen.

Davon abgesehen ist ein durchdachtes Management des Tourismus anzustreben. Viele Probleme, die sich auf eine zu große Menge TouristInnen zurückführen lassen, können dadurch reduziert werden. Eine bessere räumliche und zeitliche Verteilung der TouristInnen, sowohl zwischen als auch innerhalb von Destinationen kann beispielsweise Overcrowding verringern. Anreize zu schaffen, Örtlichkeiten abseits der Hotspots aufzusuchen, mittels neuer Attraktionen, veränderten Routenführungen, sowie eine Attraktivierung der Neben- und Zwischensaisonen, etwa durch Veranstaltungen, sind mögliche Maßnahmen dazu. Dies reduziert in weiterer Folge die Belastung von Infrastrukturen, die zusätzlich nach Möglichkeit auch ausgebaut werden sollten. Oftmals ist dies aber keine Option aufgrund räumlicher Gegebenheiten und auch mit massiven Kosten für die Allgemeinheit verbunden. Eine weitere Maßnahme, die zum Wachstumsmanagement zu zählen ist, bezieht sich auf das Problem vieler Destinationen, bestimmte Typen von TouristInnen anzuziehen. Dazu zählen PartytouristInnen, die für Probleme sorgen oder eine Vielzahl von TagestouristInnen, die nur

wenig zur Wertschöpfung beitragen. Um darauf zu reagieren, sollten gezielt gewünschte Zielgruppen angesprochen und ein Fokus auf qualitativ hochwertigen Tourismus gelegt werden.

Bewusstseinsbildung, etwa über Informationskampagnen für TouristInnen bietet die Möglichkeit, um einerseits auf Overtourism und die Folgen allgemein aufmerksam zu machen und andererseits spezifische Verhaltensweisen anzusprechen. Eine weitere Möglichkeit um auf die Folgen von Overtourism zu reagieren, liegt in der rechtlichen Regulierung. Damit können bestimmte Verhaltensweisen verboten und unter Strafe gestellt werden, die in gewissen Destinationen besonders problematisch sind. Auch auf Touristifizierung kann mit gesetzlichen Regelungen reagiert werden, indem etwa keine Genehmigungen für tourismusorientierte Geschäfte mehr vergeben werden, wo bereits eine hohe Anzahl solcher zu finden ist. Die rechtliche Regulierung von Kurzzeitvermietungen stellt außerdem die beste Option dar, um auf deshalb steigende Mieten zu reagieren. Gerade hier hat sich aber auch gezeigt, dass die tatsächliche Umsetzung von Maßnahmen mit Schwierigkeiten verbunden sein kann, wenn etwa der Wille zur Kooperation fehlt.

Eine Maßnahme die sich generell für alle betroffenen Destinationen eignet, ist die Erstellung eines Tourismuskonzepts. Damit wird eine planvolle Entwicklung des Tourismus sichergestellt und es können klare Ziele, sowie Strategien und Maßnahmen formuliert werden, um auf die spezifischen Problemlagen zu reagieren.

Viele konkrete Maßnahmen, die in betroffenen Destinationen entwickelt wurden, sind erst vor kurzer Zeit umgesetzt worden oder werden erst umgesetzt. Hier bietet sich für zukünftige Forschung eine Evaluierung an, um deren Effektivität zu untersuchen und Good-Practice Beispiele zu identifizieren. Umfangreiche empirische Untersuchungen zu den Auswirkungen von Overtourism hätten den Rahmen dieser Arbeit gesprengt. Weitere Forschungsarbeiten könnten sich daher mit quantitativen Erhebungen zur Tourismusakzeptanz in betroffenen Destinationen auseinandersetzen, sowie mittels qualitativer Befragungen betroffener Menschen detailliert deren konkrete Problemlagen erheben. Ein Punkt der ebenfalls nicht in der vorliegenden Arbeit behandeln werden konnte, aber interessante Ergebnisse bringen könnte, ist eine umfangreiche Akteursanalyse. Außerdem können Fallstudien betroffener Orte eine tiefere Auseinandersetzung mit konkreten lokalen Auswirkungen und die Entwicklung neuer Maßnahmen ermöglichen.

Es lässt sich abschließend festhalten, dass Tourismus zwar ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, dessen Bedeutung nicht unterschätzt werden darf, jedoch ist es unerlässlich eine gesunde Balance herzustellen und für eine Nachhaltigkeit des Tourismus zu sorgen. Ansonsten droht die Situation in immer mehr Destinationen zu kippen. Es ist deshalb wichtig, dass Overtourism frühzeitig erkannt wird und bei EntscheidungsträgerInnen Bewusstsein dafür herrscht, damit adäquate Maßnahmen getroffen werden können.

Literaturverzeichnis

- Alexis, Papathanassis. 2017. Over-tourism and anti-tourist sentiment: An exploratory analysis and discussion. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series* 17 (2): 288–293.
- anna.aero. 2018. *LCC capacity in Europe set for half a billion seats in 2018; nine nations already at 50% market share; European share forecast for 50% in 2027.* <https://www.anna.aero/2018/07/18/lcc-capacity-in-europe-set-for-half-a-billion-seats-in-2018/> am 03.03.2020.
- Arlt, Wolfgang G. 2018. Overtourism als Weckruf für die Tourismusindustrie und die Tourismuswissenschaft. *FWS* (2): 63–66.
- avoid-crowds.com. 2020. *avoid crowds homepage.* <https://avoid-crowds.com/> am 25.04.2020.
- Bätzing, Werner. 2002. *Der Stellenwert des Tourismus in den Alpen und seine Bedeutung für eine nachhaltige Entwicklung des Alpenraumes.* o. O.
- Bauzá, Jaume. 2018. El precio de vivir en el paraíso. *Diario de Mallorca.*
- Benz, Matthias. 2019. Wie Hallstatt sich gegen die chinesische Touristenflut wehrt. *Neue Züricher Zeitung.*
- Berndt, Mariele S. 2019. Hallstatt wäre so schön - wenn die Touristen nicht wären. *Augsburger Allgemeine.*
- Bieger, Thomas und Pietro Beritelli. 2004. Zweitwohnungen. Chancen und Gefahren eines Phänomens. *St. Gallen*: 5–6.
- BMWl. o. J. *Gründe für die Destinationsentscheidung und Urlaubsarten der Deutschen.* <https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Infografiken/Tourismus/gruende-fuer-destinationsentscheidungen.html>.

- Boztas, Senay. 2020. 'Explosive' growth in Amsterdam hotels despite stricter limits. *DutchNews.nl*.
- Brady, Sasha. 2019. *Rome enforces rules that ban tourists from sitting on Spanish Steps*. <https://www.lonelyplanet.com/articles/spanish-steps-ban> am 09.05.2020.
- Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg. 2017. Große Anfrage der Abgeordneten Stephan Jersch, Norbert Hackbusch, Deniz Celik, Sabine Boeddinghaus, Martin Dolzer, Inge Hannemann, Cansu Özdemir, Christiane Schneider, Heike Sudmann und Mehmet Yildiz (DIE LINKE) vom 30.03.17 und Antwort des Senats. Drucksache 21/8526.
- Cesarani, Maurizio und Florin Nechita. 2017. Tourism and the Sharing Economy. An Evidence from Airbnb Usage in Italy and Romania. *Symphonya. Emerging Issues in Management* 0 (3): 32–47.
- CIPRA. o. J. *Welche Auswirkungen hat Tourismus auf die Gesellschaft?* <https://www.cipra.org/de/alpmonitor/presentation2/teaser/teaser3.html> am 22.01.2020.
- CIPRA. 2011. Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der CIPRA. *COMPACT* (1): 3–32.
- CLIA. 2019a. *CLIA zieht Bilanz zum Kreuzfahrtmarkt 2018. Finale Reports veröffentlicht: Kreuzfahrten in Deutschland, Europa und weltweit erfreuen sich steigender Beliebtheit*. <https://www.cliadeutschland.de/presse/CLIA-zieht-Bilanz-zum-Kreuzfahrtmarkt-2018-146>.
- Connolly, Kate. 2019. A rising tide: 'overtourism' and the curse of the cruise ships'. *The Guardian*.
- Corona, Alice. 2019. *Venice. InsideAirbnb Infokit*. http://insideairbnb.com/venice/report_en.html am 06.03.2020.
- Der Spiegel. 2019. Polizei vertreibt Touristen von Spanischer Treppe. *Der Spiegel*.
2019. *Der Tourismus der Stadt Salzburg in Zahlen 2018*. Presseinformation.
- Domènech, Antoni und Aaron Gutiérrez. 2019. Determinants of cruise tourists' expenditure visiting port cities. *Tourism Review*. doi:10.1108/TR-11-2018-0162.
- EcoAustria. 2019. *Konsumausgaben der auf Airbnb buchenden Gäste: Wertschöpfung und Beschäftigung in Österreich. Studie im Auftrag von Airbnb*. <http://ecoaustria.ac.at/wp-content/uploads/2019/05/EcoAustria-2019-Konsumausgaben-der-auf-Airbnb->

buchenden-G%C3%A4ste_Wertsch%C3%B6pfung-und-Besch%C3%A4ftigung-in-%C3%96sterreich.pdf am 05.03.2020.

- Engels, Barbara. 2008. Räumliche Ansprüche des Räumliche Ansprüche des Sektors „Freizeit und Tourismus“ an Natur und Landschaft. *Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis* 17 (2): 52–59.
- Frankfurter Allgemeine. 2018. So wappnet sich Venedig für den Touristenansturm. *Frankfurter Allgemeine*.
- Freyer, Walter. 2015. *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. Berlin u.a.: De Gruyter Oldenbourg.
- Freytag, Tim und Andreas Kagermeier (Hrsg.). 2019. *Touristifizierung urbaner Räume*. Mannheim: MetaGIS-Systems.
- Goodwin, Harold. 2017. The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper.
- Goodwin, Harold. 2019a. Barcelona - crowding out the locals: a model four tourism management? In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 125–138.
- Goodwin, Harold. 2019b. Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment. *Tourismus Wissen - quarterly*: 110–114.
- Greife, Leonie. 2019. *Set-Jetter: Wenn Filmtourismus Orte zum Platzen bringt*. <https://www.reisereporter.de/artikel/9293-filmtourismus-fans-von-serien-wie-game-of-thrones-und-chernobyl-ueberlaufen-drehorte-dubrovnik-tschernobyl> am 06.03.2020.
- Gretzel, Ulrike. 2019. The role of social media in creating and addressing overtourism. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 62–75.
- Gyr, Ueli. 2010. *Geschichte des Tourismus: Strukturen auf dem Weg zur Moderne Tourismus*. <http://ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus#> am 29.11.2019.
- Haar, Kenneth. 2018. UnFairbnb: Brussels: Corporate Europe Observatory. <https://corporateeurope.org/sites/default/files/unfairbnb.pdf> am 05.03.2020.
- Hamburg Tourismus GmbH. Zustimmung der Hamburger Einwohner zum Tourismus. Repräsentative Einwohnerbefragung 2017.
- Handelsblatt. 2019. Illegale Ferienwohnungen - Berlin kämpft bislang erfolglos gegen Plattformbetreiber wie Airbnb. *Handelsblatt*.

- Hanser Consulting AG. 2018. *Gruppentourismus in Luzern. Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung*. Schlussbericht.
https://www.hanserconsulting.ch/uploads/files/20180605_bericht_gruppentourismus_de.pdf am 10.03.2020.
- Harrison, David und Richard Sharpley. 2017. *Mass Tourism in a Small World*. Wallingford: CABI.
- Henley, Jon. 2019. Ten cities ask EU for help to fight Airbnb expansion. *The Guardian*.
- Hess, Janto. 2019. Thailand: too popular for its own good. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 111–124.
- Hitti, Natashah. 2018. Amsterdam council removes "I amsterdam" sign after it becomes selfie spot. *Dezeen*.
- Huber, Heidi. 2020a. Tourismus: Salzburgs Bürgermeister denkt an Bettenstopp. *Salzburger Nachrichten*.
- Huber, Heidi. 2020b. Reisebus-Unternehmer kritisieren feindliche Stimmung. *Salzburger Nachrichten*.
- Hughes, Neil. 2018. 'Tourists go home': anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies* 17 (4): 471–477. doi:10.1080/14742837.2018.1468244.
- I amsterdam. 2018. *Amsterdam launches a campaign to stop offensive behaviour*.
<https://www.iamsterdam.com/en/our-network/amsterdam-and-partners/news/2018/enjoy-and-respect> am 22.05.2020.
- I amsterdam. 2019. *Press Release Enjoy & Respect*. <https://www.iamsterdam.com/en/our-network/amsterdam-and-partners/news/2019/enjoy-and-respect> am 22.05.2020.
- IUBH. 2019. *Overtourism. IUBH Touristik-Radar 2019*. https://www.iubh-university.de/wp-content/uploads/IUBH_Themenmappe-Overtourism_web.pdf
https://www.iubh-university.de/wp-content/uploads/IUBH_Themenmappe-Overtourism_web.pdf am 23.04.2020.
- Jain, Angela. 2006. *Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Tourismus*. Berlin: Steiner.
- Jamieson, Walter und Michelle Jamieson. 2019. Managing overtourism at the municipal/destination level. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 219–233.
- Job, Hubert und Marius Mayer (Hrsg.). 2013. *Tourismus und Regionalentwicklung in Bayern*. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung.

- Kádár, Bálint. 2015. *A network-based spatial planning method for sustainable urban tourism*. Budapest.
- Kagermeier, Andreas und Eva Erdmenger. 2019. Das Phänomen Overtourism: Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche. *Reif, J. & Eisenstein, B., Tourismus und Gesellschaft: Kontakte-Konflikte-Konzepte. o. S.(im Erscheinen)*.
- Kanonier, Arthur. 2003. *Tourismus und Raumplanung*. Arbeitsunterlage I.
- Kazim, Hasnain. 2018. Warum so viele Chinesen nach Hallstatt kommen. *Der Spiegel*.
- Kieckens, Ewout. 2020. *Venedig reguliert Besucherströme mit intelligentem Informationssystem*. <https://innovationorigins.com/de/venedig-reguliert-besucherstroeme-mit-intelligentem-informationssystem/> am 24.05.2020.
- Klakow, Lisa. 2018. *Overtourism und was man dagegen tun kann*. <https://blog.goodtravel.de/2018/03/12/overtourism-und-was-man-dagegen-tun-kann/> am 19.02.2020.
- Klesse, Hans-Jürgen. 2016. Luxuriöse Entspannung auf hoher See boomt. *WirtschaftsWoche*.
- Koens, Ko, Albert Postma und Bernadett Papp. 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability* 10 (12): 1–15. doi:10.3390/su10124384.
- Kurier. 2019. "Das halten die Einheimischen nicht aus": Hallstatt beschränkt Busverkehr. *Kurier*.
- Ledsom, Alex. 2019. Why The Netherlands Tourist Board Wants To Discourage People From Visiting. *Forbes*.
- Lehmeier, Holger. 2015. *Warum immer Tourismus? Isomorphe Strategien in der Regionalentwicklung*. Bamberg: University of Bamberg Press.
- Lenzen, Manfred, Ya-Yen Sun, Futu Faturay, Yuan-Peng Ting, Arne Geschke und Arunima Malik. 2018. The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change* 8 (6): 522–528. doi:10.1038/s41558-018-0141-x.
- Lettenbauer, Susanne. 2019. Mit 100-Euro-Parktickets gegen Tagestouristen. *Deutschlandfunk*.
- Lübbe, Sascha. 2019. Airbnb-Jäger Eckhard Sagitza - Er fahndet nach Vermietern illegaler Ferienwohnungen in Berlin. *Der Tagesspiegel*.
- Luty, Jennifer. 2019. *Number of tourist arrivals in Dubrovnik 2011-2018*. <https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/> am 04.03.2020.

- Mečiarová, Nikola. 2017. *When tourism is unsustainable: anti-tourism protests across Europe*.
<https://ecobnb.com/blog/2017/08/tourism-unsustainable-protests-europe/> am 19.02.2020.
- Meier, Christian. 2018. Na servus, Zell am See. *Frankfurter Allgemeine*.
- Milano, Claudio. 2017. *Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts*.
Barcelona.
- Miller, Carrie. 2017. *How Instagram Is Changing Travel. Social media-savvy travelers are increasingly drawing their destination inspiration from Instagram—but at what cost?*
<https://www.nationalgeographic.com/travel/travel-interests/arts-and-culture/how-instagram-is-changing-travel/> am 09.03.2020.
- Mindl, Felix. 2019. Home-sharing, ein Geschäftsmodell mit lokalen Nebenwirkungen – Erkenntnisse am Beispiel von Airbnb in Berlin. *Kölner Impulse zur Wirtschaftspolitik* (4): 2–9.
- Mundt, Jörn. 2013. *Tourismus*. München: De Gruyter.
- Nagl, Matthias. 2020. Salzburger Bürgermeister will Obergrenze für Tagestouristen. *Kurier*.
- Neuhold, Thomas. 2018. Anrainerproteste gegen Bustourismus in Salzburg. *Der Standard*.
- Nieuwland, Shirley und Rianne van Melik. 2020. Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals. *Current Issues in Tourism* 23 (7): 811–825. doi:10.1080/13683500.2018.1504899.
- o. A. 2017. 12 mal Berlin | er | Leben. Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+.
- Oberbauer, Katharina. 2017. *Regionalentwicklung durch Tourismus (Diplomarbeit). Eine Chance für ländliche Räume? Wien*.
- Open Innovation Salzburg. 2020. *Tourismus-Ideenwettbewerb „(er)lebenswertes Salzburg“ auf Open Innovation Salzburg. So bleibt Salzburg (er)lebenswert*.
<https://www.openinnovation-salzburg.at/tourismus-ideenwettbewerb-erlebenswertes-salzburg-auf-open-innovation-salzburg/> am 04.07.2020.
- ORF Salzburg. 2019a. Shuttlebus für Touristen soll Stauchaos lösen.
- ORF Salzburg. 2019b. Altstadt-Shuttle: Meinungen geteilt.
- Oskam, Jeroen und Albert Boswijk. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures* 2 (1): 22–42. doi:10.1108/JTF-11-2015-0048.
- O'Sullivan, Feargus. 2019. As Tourism Booms, Amsterdam Shifts to Damage Control. *Citylab*.

- Oxford University Press. 2018. *Word of the Year 2018: Shortlist*.
<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2018-shortlist/>.
- Pechlaner, Harald, Elisa Innerhofer und Greta Erschbamer (Hrsg.). 2020. *Overtourism. Tourism management and solutions*. Abingdon, Oxon, New York, NY: Routledge.
- Peltier, Dan. 2018. *London Uses Mobile Gaming App to Help Tackle Overtourism*.
<https://skift.com/2018/06/27/london-uses-mobile-gaming-app-to-help-tackle-overtourism/> am 06.05.2020.
- Peters, Paul, S. Gosslin, C Milano, Marina Novelli, C Dijkmans, E Eijgelaar, S Hartman, J Heslinga, R Isaac, O Mitas, S Moretti, J Nawijn, B Papp und A Postma. 2018. *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. Brüssel.
- Piketty, Thomas und Lucas Chancel. 2015. Carbon and inequality: from Kyoto to Paris. *Trends in the Global Inequality of Carbon Emissions (1998-2013) and Prospects for An Equitable Adaptation Fund*. Paris: Paris School of Economics.
- Plush, Hazel. 2017. Barcelona unveils new law to keep tourists away. *The Telegraph*.
- Popp, Monika. 2017. When walking is no longer possible: Investigating crowding and coping practices in urban tourism using commented walks. In: *The Routledge international handbook of walking*, 360–368: Routledge.
- Preveden, Vladimir, Goran Mirkovic, Markus Gratzner und Oliver Schenk. 2018. Protecting your city from overtourism. European city tourism study 2018.
- Reif, Julian. 2019. Touristische Aktionsräume und die Wahrnehmung von Crowding. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 11 (2): 257–287. doi:10.1515/tw-2019-0015.
- Rodrian, Hans-Werner. 2019. In diesen Orten zahlen Touristen extra. *t-online*.
- Rončák, Miroslav. 2019. Prague and the impact of low-cost airlines. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 152–168.
- Ruep, Stefanie. 2019a. Konflikte mit Touristen in der Stadt Salzburg nehmen zu. *Der Standard*.
- Ruep, Stefanie. 2019b. Reisebusse lassen Touristen in Salzburg illegal aussteigen. *Der Standard*.
- Ruep, Stefanie. 2019c. Registrierungspflicht für Airbnb soll in Salzburg ab Jänner gelten. *Der Standard*.
- Salzburger Nachrichten. 2019. Bürgermeister Preuner ist gegen Touristen-Obergrenze für die Stadt Salzburg. *Salzburger Nachrichten*.
2020. *Salzburgs Tourismus 2019. Zahlen und Entwicklungen*. Presseinformation.

- Schenker, Stefanie. 2019. Angriff auf Fremdenführerin - Warnung an Touristen vor aggressiven Salzburgern. *Salzburger Nachrichten*.
- Seidl, Roman J., Leonhard Plank und Justin Kadi. 2017. *Airbnb in Wien: Eine Analyse. Interaktiver Forschungsbericht 2017*.
- Skift. 2016. *Iceland and the Trials of 21st Century Tourism*. <https://skift.com/iceland-tourism/> am 20.11.2019.
- Skift. 2018. *The Genesis of Overtourism: Why We Came Up With the Term and What's Happened Since*. <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/> am 20.11.2019.
- Smigiel, Christian, Angela Hof, Karolin Kautzschmann und Roman Seidl. 2019. No Sharing! Ein Mixed-Methods-Ansatz zur Analyse von Kurzzeitvermietungen und ihren sozialräumlichen Auswirkungen am Beispiel der Stadt Salzburg. *Raumforschung und Raumordnung Spatial Research and Planning* 78 (2): 1–18. doi:10.2478/rara-2019-0054.
- Spinks, Rosie. 2018. *Want to be a less annoying tourist? Start here*. <https://qz.com/quartz/1366200/want-to-be-a-less-annoying-tourist-start-here/> am 20.05.2020.
- Stadtgemeinde Salzburg. 2019. Statistisches Jahrbuch der Landeshauptstadt Salzburg 2019.
- Stanchev, Rostislav. 2018. The most affected European destinations by over-tourism.
- StatLine. 2020. *Hotels; guests, overnight stays, country of residence, region*. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/en/dataset/82061ENG/table> am 10.10.2020.
- Steinecke, Albrecht und Marcus Herntrei. 2017. *Destinationsmanagement*. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.
- Stössel, Sonja. 2018. Wie Airbnb in Berlin zum Bittsteller wurde. *Welt*.
- Stuppäck, Silvia. 2005. Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus unter geschlechtsspezifischem Blickwinkel (2): 48–57.
- Tait, Robert. 2019. The fall of Prague: 'Drunk tourists are acting like they've conquered our city'. *The Guardian*.
- Tenbarge, Kat. 2019. *15 destinations Instagram has helped ruin*. <https://www.insider.com/travel-destinations-instagram-influencers-ruined-2019-7#venice-italy-serves-as-the-front-line-of-the-battle-against-over-tourism-as-the-waterways-have-become-more-packed-than-ever-before-15> am 09.03.2020.

- Tetzel, Frank. 2018. *Overtourism: Intelligente Lösungen gesucht*. <http://www.fair-economics.de/overtourism-intelligente-loesungen-gesucht/> am 19.02.2020.
- The Local. 2019. Venice wants tourists to book entry to the city in advance. *The Local.it*.
- Thiem, Marion. 2001. Tourismus und kulturelle Identität. *Aus Politik und Zeitgeschichte* (47): 27–31.
- Tourismus Salzburg GmbH. o. J. *Internetportal zur Förderung des Tourismus in der Stadt Salzburg*. <https://www.salzburg.info> am 01.05.2020.
- Tourismusstatistik. Gemeinde Hallstatt*.
- trend. 2016. *Umfrage zeigt schlechtes Image der Tourismusbranche*. <https://www.trend.at/branchen/tourismus-reise/umfrage-image-tourismusbranche-6222282> am 13.02.2020.
- UNWTO. 1993. *Empfehlungen zur Tourismusstatistik*. Madrid.
- UNWTO. 2018. *'Overtourism'? - understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).
- UNWTO. 2019. *International Tourism Highlights, 2019 Edition*: World Tourism Organization.
- van der Zee, Renate. 2017. Amsterdammers v tourists: 'It's worst when they throw up in your plant box'. *The Guardian*.
- VCOE. 2018. *Klima-Emissionen der Verkehrsmittel im Vergleich*. <https://www.vcoe.at/service/fragen-und-antworten/klima-emissionen-der-verkehrsmittel-im-vergleich>.
- Vorlaufer, Karl. 2003. Tourismus in Entwicklungsländern. Bedeutung, Auswirkungen, Tendenzen. *Geographische Rundschau* 55 (3): 4–13.
- Wall, Geoffrey. 2019. Perspectives on the environment and overtourism. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 27–45.
- 2019b. *Warum Deutsche so gerne auf Kreuzfahrt gehen*.
- Watson, G. L. und Joseph P. Kopachevsky. 1996. Tourist carrying capacity: A critical look at the discursive dimension. *Progress in Tourism and Hospitality Research* 2 (2): 169–179. doi:10.1002/pth.6070020205.
- Weber, Fabian, Florian Egli, Timo Ohnmacht und jürg Stettler. 2019. Lucerne and the impact of Asian group tours. In: *Overtourism. Issues, realities and solutions*, hrsg. Rachel Dodds und Richard Butler, 169–184.
- WienTourismus. 2019. *Shaping Vienna. Vienna Visitor Economy Strategy 2025*.

Wikipedia. o. J. *Massentourismus*. <https://de.wikipedia.org/wiki/Massentourismus> am 18.02.2020.

WKÖ. 2019. Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. *Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft* (55. Ausgabe, Juni 2019).

World Travel & Tourism Council. 2019. The Economic Impact of Travel & Tourism.

Zygmunt, Noah. 2018. *So erklärt ein irakischer Influencer die Schweiz*. <https://www.20min.ch/story/so-erklaert-ein-irakischer-influencer-die-schweiz-229056639671> am 05.05.2020.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Internationale Ankünfte nach Weltregionen; Quelle: ourworldindata.org/tourism	12
Abbildung 2: Jährliche Ankünfte in Österreich ab 1974; Quelle: Statistik Austria, eigene Darstellung	14
Abbildung 3: Übernachtungen pro EinwohnerIn nach Bundesländern; Quelle: WKÖ, eigene Bearbeitung	15
Abbildung 4: Vergleich der Emissionen verschiedener Verkehrsmittel; Quelle: VCÖ	23
Abbildung 5: Verteilung der AirBnB-Angebote in Wien; Quelle: Seidl et al. 2017, S.3	52
Abbildung 6: Gästestatistik Salzburg 2009 - 2019; Quelle: Stadt Salzburg, eigene Darstellung	80
Abbildung 7: Herkunftsländer Tourismus Stadt Salzburg 2019; Quelle: salzburg.info/statistik	82
Abbildung 8: Verteilung der AirBnB Angebote in Salzburg; Quelle: Smigiel et al. 2019, S. 7 ..	85