



# Over-Tourism

## Wie viele TouristInnen verträgt die Welt?

*Nach Jahrzehnten des Wachstums stößt der Tourismus zunehmend an seine Grenzen: Proteste von Einheimischen, nicht mehr zu leugnende negative Auswirkungen auf die Natur und Kultur in den Tourismusregionen und rasant zunehmende Treibhausgasemissionen sind die Folge einer Tourismusentwicklung, in der Nachhaltigkeit oftmals nur als Marketingschlagwort diente. Der Begriff des „Over-Tourism“ steht den Jubelmeldungen über immer neue Tourismusrekorde gegenüber und regt zum Nachdenken über die Zukunft des Tourismus an.*

Am 20. Februar 2018 fand eine Podiumsdiskussion zum Thema „Over-Tourism – Wie viele TouristInnen verträgt die Welt?“ statt, die von der NFI – respect und dem Club Tourismus veranstaltet wurde. Die Ergebnisse und einige der Statements der ExpertInnen sind in dieses Dossier eingeflossen. Die gesamte Nachlese zur Veranstaltung finden Sie auf der Tourismus-Seite der Naturfreunde Internationale – respect:  
<http://tourismus.nf-int.org/themen/fair-reisen/aktivitaeten>

muswirtschaft stetig wächst, laufend erreichen uns neue Jubelmeldungen. 2012 wurde die Milliardenmarke bei den touristischen Ankünften weltweit geknackt, 2017 verzeichnete die UNWTO 1,3 Mrd. internationale Ankünfte weltweit, das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von sieben Prozent. Die Prognose für das Jahr 2030 liegt bei 1,8 Mrd. internationalen Ankünften. Evelyne Freiermuth, WTTC policy & research manager, rechnete beim Pisa Forum der ITB 2018 vor, dass die Top-10-Destinationen bereits 40 Prozent der internationalen Ankünfte verbuchen, die Top 20 gemeinsam 70 Prozent.

Überfüllte Strände, verstopfte Gassen in Städten, lange Schlangen vor den Sehenswürdigkeiten und Museen ... immer öfter begleitet von Protesten der Bevölkerung gegen die Touristenflut, vor allem in beliebten Städten wie Barcelona oder Venedig. Das Schlagwort „Over-Tourism“ geistert durch die Medien. In der Tat ist es so, dass die Touris-

Ein Blick nach Österreich: 2017 stieg die Zahl der Übernachtungen in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen gegenüber dem Vorjahr um 2,5 Prozent auf 144,4 Millionen. Wien verzeichnete im Jahr 2017 15,51 Millionen Nächtigungen – erstmals waren über 7 Millionen Gäste in der Stadt.



### Zu viele TouristInnen?

Auch die Reisenden selbst haben verstärkt das Gefühl, dass immer mehr TouristInnen unterwegs sind. Laut einer Studie des World Travel Monitor sind 25 Prozent der Befragten der Meinung, dass ihre Reisedestination überfüllt war – und neun Prozent beklagten, dass ihr Urlaubserlebnis dadurch beeinträchtigt war. Neben Städten sind zusehends auch Schigebiete betroffen, wie der World Travel Monitor aufzeigt; demnach bewerten 19 Prozent der SchitouristInnen ihren Winterurlaubsort als „überlaufen“. Kerstin Dohnal, Geschäftsführerin von destination:development, gibt zu bedenken, dass das Gefühl „es ist zu voll“ (auch) ein subjektives ist und von der Erwartungshaltung beeinflusst ist: „Wir alle haben das Bedürfnis nach Einsamkeit, nach viel Platz – aber auf Reisen begegnen wir überall anderen Menschen. Wunsch und Realität klaffen auseinander.“

### Konzentration der Touristenströme

Wann spricht man von „Over-Tourism“? „Immer dann, wenn zu viele TouristInnen auf einem Punkt zusammenkommen, kommt es zum Knatsch. Leider geht der Trend zu immer stärkerer Konzentration, räumlich wie saisonal“, so Franz Hartl, ehemaliger Geschäftsführer der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank. Er nimmt den Schitourismus in Österreich als Beispiel: „11 Prozent der Liftgesellschaften besitzen 48 Prozent der Pistenkilometer. Die so genannten Skierdays, also die Ersteintritte in eine Schiregion, insgesamt bleiben gleich, sind aber nur auf wenige Gebiete konzentriert.“ Das Verhältnis von TouristInnen zu Einheimischen stimmt oftmals nicht mehr, die ansässige Bevölkerung hat zunehmend das Gefühl, überrollt zu werden und keine Möglichkeit zur Mitgestaltung zu haben. Kerstin Dohnal: „Hier liegen die Wurzeln des Widerstandes. Die ansässige Bevölkerung hat das Gefühl, dass die touristische Entwicklung über ihren Kopf hinweg, ohne ihren Einfluss passiert ist ...“ Und sie betont: „Wir sprechen immer vom bösen Massentourismus und vom guten Individualtourismus – da muss man dringend eine Anpassung der Begriffe vornehmen! Organisiertes Reisen hat ja den Vorteil, dass man die Touristenströme besser lenken kann. IndividualtouristInnen schwirren unkontrolliert herum – und auch sie tauchen in Massen auf.“

### Zu viele TouristInnen zur selben Zeit am selben Ort

Massentourismus ist nichts Neues, aber aktuelle Entwicklungen verstärken ihn noch:

#### ■ Kürzer, schneller, billiger ...

Der Trend geht zu Kurzurlauben, und das mehrmals pro Jahr. Das große Angebot an Billigurlaube feuert diese Entwicklung noch an – immer mehr Menschen können sich Reisen leisten. Und so strömen die Touristenmassen in der Hauptsaison zu den Stränden und den Sehenswürdigkeiten in den Städten, um schnell ein paar Fotos zu machen und diese via Social Media im Freundeskreis zu verbreiten – bevor es zum nächsten touristischen Highlight weitergeht. Nur Wenige nehmen sich noch die Zeit, sich auf die Reise vorzubereiten, sich mit dem Gastland auseinanderzusetzen, sich auf seine Menschen und seine Kultur einzulassen. Die Destinationen werden zur Fotokulisse, die einheimische Bevölkerung wird zu Statisten degradiert.

#### ■ Günstiger Wohnraum für Einheimische wird zur Mangelware

Immer häufiger werden Wohnungen auf diversen Plattformen als Feriendomizile angeboten, mit der Folge, dass Wohnraum für die Einheimischen verloren geht und die Mieten steigen. Letztendlich fühlen sich die EinwohnerInnen durch die TouristInnen, die in ihren Wohnhäusern untergebracht sind, gestört.

Immer stärkeren Unmut zieht der boomende Kreuzfahrttourismus auf sich – die Schiffe „spucken“ hunderte TouristInnen aus, die für wenige Stunden in den Städten und Küstenregionen bleiben, um die Sehenswürdigkeiten zu besuchen, danach gehen sie wieder an Bord – ohne viel vor Ort gekauft oder konsumiert zu haben, schließlich werden sie am Schiff all-inclusive versorgt.

#### ■ Klimakiller Flugtourismus

Mit dem Tourismuswachstum steigen auch die vom Tourismus verursachten Treibhausgasemissionen rasant an und insbesondere der Flugtourismus wird mehr und mehr zum Klimakiller. ForscherInnen der Universität Sydney haben berechnet,



dass die Treibhausgasemissionen des Tourismus weltweit vier Mal höher sind, als in früheren Schätzungen angenommen: Der Tourismus ist bereits für fast ein Zehntel der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich – obwohl nur zwei Prozent der Weltbevölkerung aktiv am Flugverkehr teilnehmen. Unter den Folgen des Klimawandels – wie Naturkatastrophen, Nahrungsknappeit oder Landverlust – leiden besonders die Menschen in den Ländern des globalen Südens, darunter viele Tourismusdestinationen.

### Lösungsansätze: Management, Entzerrung,

### Information & Bewusstseinsbildung

„Es gibt keinen Over-Tourism, es gibt nur Under-Management“, meint Franz Hartl, ebenso wie andere TourismusexpertInnen. Das beginnt damit, dass über die Köpfe der ansässigen Bevölkerung hinweg geplant und entschieden wird. „Eine strategische Tourismusplanung und -entwicklung ist das Um und Auf. Dazu gehört auch, dass man alle Beteiligten und Betroffenen mit ins Boot holt und ihre Ideen und Vorschläge berücksichtigt“, ist auch Dagmar Lund-Durlacher von der Modul University Vienna überzeugt. Sie berichtet von einem Stadtteil in Berlin, wo sich die AnrainerInnen durch den Lärm der TouristInnen gestört fühlten: „Die Lösung war, dass man PantomimInnen losgeschickt hat, die den Gästen das Problem deutlich gemacht haben. Das hat gut funktioniert.“ Lund-Durlacher empfiehlt Destinationen auch, neue, innovative Produkte abseits von touristischen Trampelpfaden zu entwickeln. So kann die Konzentration der Touristenströme auf andere Plätze und andere Zeiten entzerrt werden. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch die Information der Gäste. „Wir geben noch viel zu wenig Infos weiter – wir sollten die modernen Technologien besser nutzen, um damit die Touristenströme besser zu steuern“, meint Dagmar Lund-Durlacher. Als Beispiel nennt sie den Touristenmagneten Schloss Schönbrunn. Nur sieben Prozent der Gäste bestellen ihr Ticket vorab online, viele müssen daher zu Stoßzeiten sehr lange warten oder sogar weggeschickt werden.

Einige Destinationen reagieren bereits auf den Over-Tourism, wie Josef Peterleithner, Präsident des Österreichischen Reiseverbandes und Prokurist der TUI Österreich, anmerkt: „In Venedig beispielsweise wird die Durchfahrt von Kreuzfahrt-

schiffen nicht mehr möglich sein, in der Stadt wird es an bestimmten Stellen Zugangssperren für Touristen geben oder die Einführung einer Ökosteuer auf Mallorca.“ Er betont, dass die so lukrierten Einnahmen aber jedenfalls in Projekte investiert werden müssen, die auch der Bevölkerung zu Gute kommen. „Und das muss transparent erfolgen!“, so Peterleithner.

### ■ Kreative Ansätze & Dialog

„Es braucht kreative Ansätze, alle Stakeholder müssen an einen Tisch gebracht werden, um gemeinsam zu gestalten und alle Interessen einfließen zu lassen, damit die Entzerrung von vornherein gelingt“, ist Katrin Karschat, Tourismusexpertin der Naturfreunde Internationale – respect überzeugt. Kerstin Dohnal rät aus ihrer Erfahrung als Destinationsmanagerin: „Zuerst die Bedürfnisse erheben und die Kapazitätsgrenzen abstecken – und ein Monitoringsystem einführen, sodass man da und dort noch nachjustieren kann. Wichtig ist, dass man im Gespräch mit allen Beteiligten und Betroffenen bleibt und als Destination seine Identität hat.“ Denn eine Reisedestination ist immer ein Begegnungsraum, seine Gestaltung ist Verhandlungssache: „Das ist mühsam und kann lange dauern, es gibt viele Stakeholder, viele Interessen. Das alles unter einen Hut zu bringen ist anstrengend, aber es lohnt sich, weil am Ende Brücken statt Grenzen aufgebaut werden.“

### ■ Unser Konsumverhalten fördert Over-Tourism

Aber auch unser Konsumverhalten fördert den „Over-Tourism“. Viele wollen in kurzer Zeit ein Maximum an Erlebnis und eilen von einem touristischen Highlight zum nächsten. Die Zeit reicht gerade, um ein paar Fotos zu posten, die besuchte Region wird mehr und mehr zur Kulisse.

Wir leben in einer Konsumgesellschaft und diese macht auch vor dem Reisen nicht Halt. Urlaub wird mehr und mehr zum alltäglichen Konsumgut, während er früher noch häufig als Luxus empfunden wurde. Demgemäß nehmen sich auch immer weniger Reisende die Zeit, sich auf die besuchte Region und ihre Kultur einzulassen oder mit Einheimischen ins Gespräch zu kommen. Dies unterstreicht auch Dagmar Lund-Durlacher: „Gesellschaftliche Rahmenbedingungen beeinflussen unser Reiseverhalten. Keiner hat mehr Zeit für drei Wochen Urlaub, im Gegenteil, Kurzurlaube boomen, man will mehrere Destinationen in immer kürzerer Zeit besuchen.



Und die Folge ist, dass die so genannten Hotspots von immer mehr Menschen besucht werden. Nur wenn der Tourist Zeit hat, besucht er auch Orte abseits dieser Hotspots.“

### Jede/r kann etwas beitragen!

„Reisen ist ein Grundbedürfnis der Menschen geworden“, sagt Josef Peterleithner. „Doch jeder ist selbst gefragt, sein Verhalten zu hinterfragen bzw. zu ändern! Jeder kann für sich entscheiden, ob er z.B. einen billigen Flug für zwei Tage nach Barcelona bucht, oder ob er für eine Woche hinfliegt und sich die Zeit nimmt, um auch das Umland zu besichtigen. Angebote der Reisebranche gibt es genug.“ Auch Katrin Karschat plädiert an die Eigenverantwortung der TouristInnen: „Wichtig ist, sich auf das Reiseland vorzubereiten, auf die Kultur, die Lebensweise. Die Erwartungshaltung muss sich am Rei-

seziell orientieren. Viele nehmen sich nicht die nötige Zeit und sehen ihr Reiseziel nur als Kulisse für tolle Fotomotive, die man dann in den Sozialen Medien postet.“

Jede/r kann einen Beitrag leisten, dass sich das Blatt im Tourismus wendet, hin zu einem Tourismus, von dem alle Beteiligten profitieren, und der die Natur und Ressourcen bestmöglich schont. Nehmen Sie sich Zeit – für Begegnungen mit der lokalen Bevölkerung, für das Eintauchen in die Kultur und die Landschaft, auch abseits der touristischen Trampelpfade. Nächtigen Sie beispielsweise in privaten Pensionen oder besuchen Sie von Einheimischen geführte Lokale, so kann auch die lokale Bevölkerung von Ihrem Besuch profitieren. Und wenn man einer längeren Reise anstatt vieler kurzer Wochenendtrips den Vorzug gibt, fallen auch wesentlich weniger Treibhausgasemissionen für die Anreise an. Probieren Sie es aus, Ihre Reise wird dadurch an Qualität gewinnen!

### Lese- und Filmtipps

- Broschüre „Reisen mit Respekt“  
[http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-07/Reisen\\_mit\\_Respekt\\_web\\_14.pdf](http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-07/Reisen_mit_Respekt_web_14.pdf)
- Dossier „Eine Seefahrt, die ist lustig ...!“  
[http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-12/NFI\\_Dossier\\_Kreuzfahrttourismus\\_2017.pdf](http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-12/NFI_Dossier_Kreuzfahrttourismus_2017.pdf)
- Flyer „Social Media auf Reisen – Dein Beitrag zu Fairness im Tourismus“  
[http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-06/NFI\\_Folder\\_Fair\\_Reisen\\_2017.pdf](http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-06/NFI_Folder_Fair_Reisen_2017.pdf)
- Dossier „Fotografieren auf Reisen“  
[http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-07/Dossier\\_Fotografieren\\_DE.pdf](http://tourismus.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2017-07/Dossier_Fotografieren_DE.pdf)
- Video „Casas sin familias“ von Tourism Watch (Auswirkungen des Tourismus in Barcelona)  
[www.tourismconcern.org.uk/casas-sin-familias](http://www.tourismconcern.org.uk/casas-sin-familias)
- Berlin Deklaration / Plattform Transforming Tourism  
[www.transforming-tourism.org](http://www.transforming-tourism.org)
- Österreichisches Umweltzeichen / Artikel „Tourismus: Züviel des Guten?“  
[www.umweltzeichen.at/cms/de/home/idart\\_2839-content.html](http://www.umweltzeichen.at/cms/de/home/idart_2839-content.html)



## Quellen

ITB World Travel Trends Report 2017/2018

[www.itb-berlin.de/media/itb/itb\\_dl\\_all/itb\\_presse\\_all/ITB\\_World\\_Travel\\_Trends\\_Report\\_2017\\_2018.pdf](http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/ITB_World_Travel_Trends_Report_2017_2018.pdf)

World Travel Monitor, [www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor](http://www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor)

UNWTO, [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)

Österreich Werbung, [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)

University of Sydney / The carbon footprint of global tourism

<https://sydney.edu.au/news-opinion/news/2018/05/08/global-tourism-carbon-footprint-quantified-in-world-first.html>

## Zuletzt sind diese Dossiers der Naturfreunde Internationale – respect erschienen:

Eine Seefahrt, die ist lustig!? (2017) | Sustainable Development Goals & Tourismus (2017) | Tue Gutes und rede darüber! Kommunikation von CSR im Tourismus (2016) | Fit für die Zukunft! Ältere ArbeitnehmerInnen im Tourismus (2015) | Frauen im Tourismus (2015) | Fotografieren auf Reisen (2014) | Geschäftsreisen – Nachhaltig erfolgreich (2014) | Outdoorbekleidung – Mehr als grüne Mäntelchen? (2013) | Armutsminderung durch Tourismus (2012)

Die Dossiers stehen auf dem Tourismusportal der Naturfreunde Internationale – respect zum kostenlosen Download zur Verfügung: <http://tourismus.nf-int.org/publikationen/infomaterial/dossiers>

## Impressum

Herausgeber: Naturfreunde Internationale – respect, Wien, Tel.: +43 1 892 38 77, E-Mail: [office@nf-int.org](mailto:office@nf-int.org), [www.tourismus.nf-int.org](http://www.tourismus.nf-int.org); Redaktion, Text & Headerbild: Cornelia Kühhas; grafische Gestaltung: Hilde Matouschek, officina. 1. Auflage, Juni 2018

Herausgeber: Naturfreunde Internationale – respect

Mit freundlicher Unterstützung von OEZA

Over-Tourism

5