

«OVERTOURISM» UND SEINE BEGLEITERSCHEINUNGEN

1 AUSGANGSLAGE UND HERAUSFORDERUNGEN

Der Tourismus ist einer der weltweit am schnellsten wachsenden Wirtschaftssektoren. Laut dem *World Tourism Barometer and Statistical Annex* der Welttourismusorganisation (UNWTO) wurden 2018 über 1,3 Mrd. internationale Ankünfte verzeichnet. Das entspricht einem Wachstum von mehr als sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr. Für die nächsten Jahrzehnte wird ein ähnlich starker Anstieg vorausgesagt. Dieses starke Wachstum ist einerseits sehr erfreulich für die Tourismusbranche, andererseits birgt es Konsequenzen und Herausforderungen in sich, die von der Branche und der Politik rechtzeitig erkannt werden müssen. Wobei festzuhalten ist, dass die Schweiz im Vergleich weniger von diesem globalen Wachstum profitiert als andere Länder. In den letzten Jahren ist der Marktanteil zurückgegangen.

In einigen Destinationen und touristischen Hotspots hat sich die wachsende Masse von Touristen so stark konzentriert, dass die einheimische Bevölkerung Probleme bekundet. Obwohl das Phänomen nicht neu ist, ist das mediale Interesse seit der Prägung des Begriffs «Overtourism» stark gestiegen und es wird vermehrt emotional argumentiert. Leider gibt es – besonders bezüglich Tagestouristen – nicht genügend Daten, um sachlich zu argumentieren. Negative Begleiterscheinungen des Massentourismus können u.a. folgende sein:

- Steigende Immobilienpreise und Wohnungsmieten
- Tendenz zu illegalen Entwicklungen (illegale Taxigeschäfte, Wohnungsbauten etc.)
- Verdrängen von lokalen Geschäften
- Zurückhaltung und Skepsis der einheimischen Bevölkerung gegenüber Touristen
- Beeinträchtigung der Umwelt und Kulturgüter

Das Phänomen tritt nur sehr punktuell auf. Während viele Destinationen gerne mehr Gäste hätten, erhöht sich der Dichtestress an einigen wenigen Hotspots zu bestimmten Zeiten. Obwohl es in der Schweiz keinen flächendeckenden «Overtourism» gibt, beschäftigen sich einige Destinationen und touristische Hotspots dennoch bereits intensiv mit dem Thema, da es zum Teil negative Meldungen aus der Bevölkerung gibt. Angesichts des erwarteten Wachstums in den kommenden Jahren und damit dem Problem vorgebeugt werden kann, ist es wichtig, dass sich die Tourismusbranche sowie die Politik und die Bevölkerung des Problems bewusst sind und entsprechend proaktive und wo nötig flankierende Massnahmen getroffen werden.

2 ZIELE DER BRANCHE

Ein gesundes Wachstum ist für die Tourismusbranche eine gute Nachricht. Um dieses Wachstum gezielt zu steuern und das Problem des «Overtourism» zu vermeiden, braucht es gewisse

Richtlinien. An erster Stelle steht die Sensibilisierung. Der Schweizer Tourismus verfolgt in diesem Rahmen folgende Grundsätze:

- Wir wollen am weltweit wachsenden Tourismus massvoll teilhaben
- Wir setzen uns für einen möglichst nachhaltigen Tourismus ein, sowohl auf ökologischer und ökonomischer als auch auf sozialer Ebene
- Wir unterstützen Massnahmen, die das Aufkommen sehr vieler Touristen bei Bedarf umlenken und breit verteilen, ohne die unternehmerische Freiheit wesentlich zu beschneiden
- Wir wollen die Gäste in einer ausgewogenen Umgebung empfangen, in der Natur und Landschaft stets eine wichtige Rolle spielen
- Wir fördern eine friedliche Koexistenz von einheimischer Bevölkerung und Gästen (unabhängig von deren Herkunft)
- Wir versuchen, negative Konsequenzen für Einwohner zu verhindern
- Wir beschäftigen uns aktiv mit dem Thema und kümmern uns um das Wohl sowohl der Touristen als auch der einheimischen Bevölkerung
- Wir fördern den Austausch aller betroffenen Akteure und arbeiten eng mit den Behörden zusammen, um möglichst günstige Rahmenbedingungen zu schaffen

3 MÖGLICHE MASSNAHMEN

3.1 Proaktive Massnahmen

- An Orten, an denen bereits jetzt ein hohes Aufkommen von Touristen verzeichnet wird, sollten Lenkungsmassnahmen in Betracht gezogen werden, um grosse Touristenströme besser zu verteilen. Dies kann z.B. durch gezieltes Marketing und neue Angebotsgestaltung erreicht werden.
- Um Transportströme zu regulieren und den Suchverkehr zu minimieren, muss der Austausch mit Transportunternehmen und den Behörden gesucht und allenfalls neue Regulierungen eingeführt werden.
- Eine ausführliche Datenerhebung des Reiseverhaltens und der Gästebuchungen muss gefördert werden. So kann abgeschätzt werden, wie hoch die Auslastung zu welchem Zeitpunkt ist und es kann entsprechend reagiert werden.
- Die Koordination zwischen den relevanten Akteuren sollte institutionalisiert werden. Der Austausch von Informationen und Best Practice Beispielen muss zwischen den Tourismusorganisationen /-verbänden und den Behörden sowie der Wissenschaft und der Bevölkerung stattfinden.
- Geschickte Raumplanungsmassnahmen helfen bei der Verteilung der Tagestouristen.
- An Destinationen und Hotspots mit einem hohen Aufkommen von Gästen aus Herkunftsländern mit anderen religiösen oder kulturellen Hintergründen sollte frühzeitig ein partizipativer Prozess mit Einbezug der Bevölkerung und allen wichtigen Anspruchsgruppen eingeleitet werden.

3.2 Flankierende Massnahmen

- Wo Probleme unerwartet entstehen, sollte man das Gespräch mit den betroffenen Akteuren suchen und gemeinsame Lösungen erarbeiten, z.B. durch das Eingehen von Vereinbarungen (Sharing Economy Plattformen, Transportunternehmen etc.).
- Es braucht gleichlange Spiesse für alle. Dabei ist es zentral, die regelmässige Zusammenarbeit mit den Behörden aufrecht zu erhalten, um sicherzustellen, dass allgemeingültige Regeln eingehalten, Steuern und Abgaben von allen bezahlt werden und niemand benachteiligt wird.
- Grundsätzlich gilt, dass der Tourismus begrüsst wird und strikte Regulierungen nur als letzte Massnahme eingeführt werden sollten. Umso wichtiger ist es, dass die betroffenen Akteure das Gespräch suchen und gut informieren.
- Oftmals sehen die Einheimischen nur die negativen Seiten des Tourismus. Deshalb sollte man bei der Sensibilisierung darauf achten, auch auf die positiven Auswirkungen – wie z.B. die lokale Wertschöpfung, das breite gastronomische Angebot oder die Vielfalt von kulturellen Veranstaltungen – aufmerksam zu machen. Die Einheimischen können stark vom Tourismus profitieren; sie müssen es aber auch wollen.

3.3 Bereits eingeleitete Massnahmen

- Intensiver Diskurs in verschiedenen Arbeitsgruppen
- Erarbeitung von Studien, welche Herausforderungen und Empfehlungen zu einzelnen Regionen identifiziert und analysiert haben
- Informationsmaterial zur Sensibilisierung der Bevölkerung
- Konsolidierung innerhalb der Branche betreffend Umgang mit dem Thema und Kommunikation nach aussen