|  |  |
| --- | --- |
| Positionspapier | August 2018 |

overtourism

### Ausgangslage

Der Tourismus ist einer der weltweit am schnellsten wachsenden Wirtschaftssektoren. Schätzungen zufolge hat die Tourismuswirtschaft im Jahr 2017 7,9 Billionen Dollar der gesamten Weltwirtschaft ausgemacht. Das sind 10,2 Prozent des globalen BIP[[1]](#footnote-1). Laut dem *World Tourism Barometer and Statistical Annex* der Welttourismusorganisation (UNWTO) wurden über 1,3 Mrd internationale Ankünfte verzeichnet. Das entspricht einem Wachstum von mehr als sieben Prozent, was die prognostizierten vier bis fünf Prozent bei weitem übertraf. Für die nächsten Jahrzehnte wird ein ähnlich starker Anstieg vorausgesagt.

Der wichtigste Grund für dieses rasante Wachstum liegt am weltweiten Aufstieg der Mittelklasse. Besonders in sehr bevölkerungsstarken Ländern wie China oder Indien wächst die Mittelklasse sehr schnell und immer mehr Menschen können sich somit auch das Reisen finanzieren, nicht zuletzt, weil das Reisen generell immer billiger wird (Billigfluggesellschaften). Laut den Daten des *McKinsey Global Institute Cityscope* rechnet man mit einem weiteren Anstieg von bis zu einer Milliarde Menschen, die bis 2030 dem Mittelstand angehören und Reisen unternehmen werden[[2]](#footnote-2). Dieses starke Wachstum ist einerseits sehr erfreulich für die Tourismusbranche, andererseits birgt es Gefahren 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.

### Konsequenzen und herausforderungen

In einigen Destinationen hat sich die wachsende Masse von Touristen so stark konzentriert, dass die einheimische Bevölkerung Probleme bekundet. Man spricht von «Overtourism». Besonders beliebte Städte wie Venedig, Barcelona und Amsterdam sind stark betroffen, aber auch ganze Inseln wie Mallorca oder Island haben bereits Massnahmen eingeleitet, um dem Overtourism entgegenzuwirken. Abgesehen von der schieren Masse von Menschen, die der Tourismus in diesen Städten mit sich bringt – besonders Kreuzfahrtschiffe sind hier problematisch, da sie Tausende von Tagestouristen auf einmal in eine Destination transportieren – und die ein normales Leben regelrecht verunmöglichen, steigen zum Teil die Immobilienpreise und Wohnungsmieten stark an, da spekulative Investoren immer mehr Gebäude aufkaufen, um daraus Wohnungen für die Kurzzeitvermietung zu machen (Airbnb). Ausserdem müssen immer mehr lokale Geschäfte und Restaurants für Souvenirshops und internationale Fast-Food-Ketten Platz machen, was einerseits das ursprüngliche Bild einer Stadt zerstört und Arbeitsplätze für die einheimische Bevölkerung gefährdet. In anderen Destinationen kann der Overtourism dazu führen, dass die Umwelt (z.B. Korallenriffs) oder kulturelle Güter und Denkmäler (vgl. Machu Picchu) beschädigt werden.

Doch nicht nur für die Einheimischen ist der Overtourism ein Problem. Auch Reisende selber stören sich daran, total überfüllte Touristenspots zu besuchen und Ellbogen an Ellbogen um ein gutes Foto zu kämpfen.

Das Phänomen tritt sehr punktuell auf. Während viele Destinationen gerne mehr Gäste hätten (auch in der Schweiz), werden einige wenige Hotspots von den Massen regelrecht «zu Tode geliebt». Die globale Vernetzung, die eine Konsequenz der Digitalisierung ist, hat dazu geführt, dass die Aufmerksamkeit von Millionen von Menschen weltweit innert kürzester Zeit auf bestimmte Orte oder Dinge kanalisiert wird. Günstige Transport- und Unterkunftsmöglichkeiten (Airbnb) geben dann den ausschlaggebenden Motivationsfaktor, der diese Massen dazu bewegt, zu diesen Hotspots zu reisen. Oftmals geht es diesen Reisenden jedoch nur darum, auch einmal an einem dieser vielbeworbenen und auf Social Media vielgeteilten Orte zu sein, ein Foto zu machen und dann weiterzuziehen (Selfie-Generation), was sich wirtschaftlich für diese Touristen-Hotspots nicht lohnt, da die Gäste weder eine Übernachtung buchen, noch etwas in einem lokalen Restaurant konsumieren.

Es liegt in erster Hand an den Tourismusakteuren selber, dieses Wachstum zu steuern und den Tourismus nachhaltig zu entwickeln.

### Ziele der Branche

#### In der Schweiz kann man noch nicht wirklich von Overtourism sprechen. Einige Destinationen, wie zum Beispiel Luzern, Interlaken oder Bern beschäftigen sich dennoch bereits intensiv mit dem Thema, da es vermehrt negative Meldungen aus der Bevölkerung gibt.

##### 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. Der STV verfolgt in diesem Rahmen folgende Grundsätze:

###### Wir wollen am weltweit wachsenden Tourismus massvoll teilhaben.

###### Wir wollen nachhaltigen Tourismus

###### Wir wollen die Gäste in einer ausgewogenen Umgebung empfangen, in der die Natur stets eine wichtige Rolle spielt.

###### Wir wollen eine friedliche Co-Existenz von einheimischer Bevölkerung und Gästen (unabhängig von deren Herkunft)

###### Wir unterstützen Massnahmen, die das Aufkommen sehr vieler Touristen bei Bedarf umlenken und breit verteilen, ohne die unternehmerische Freiheit wesentlich zu beschneiden.

###### Wir wollen negative Konsequenzen für Bewohner auf jeden Fall verhindern

###### Ausserdem sollten von der Branche präventive Massnahmen in Betracht gezogen werden, die das Problem Overtourism in der Schweiz gar nicht erst zulassen.

### Mögliche Massnahmen

#### Touristenströme besser verteilen:

###### Die Verteilung der Touristenströme beginnt bereits beim Marketing. Es sollten vermehrt unbekanntere Orte vermarktet werden. Idealerweise in den Nebensaisons. Dies könnte zum Beispiel durch Spezialangebote während dieser Zeit erreicht werden.

###### Vereinbarungen mit Transportunternehmen (z.B. Car-Unternehmen) eingehen und so die Transportströme regulieren.

###### Um den öffentlichen Verkehr zu entlasten, sollte die Umlenkung auf öV-Strecken, welche viele freie Kapazitäten haben, mit attraktiven Angeboten vorangetrieben werden.

###### Eine ausführliche Datenerhebung des Reiseverhaltens und der Gästebuchungen ist zentral. So kann abgeschätzt werden, wie hoch die Auslastung zu welchem Zeitpunkt ist und es kann entsprechend reagiert werden. Eine Möglichkeit wäre es, diese Daten zu veröffentlichen (z.B. über eine App), so dass die Gäste sehen, wo im Moment grosser Andrang herrscht und sich entscheiden können, an einem anderen Zeitpunkt dorthin zu gehen. Die App könnte auch Alternativen anzeigen (vgl. Dubrovnik) und/oder per Gamification versuchen, Touristen an andere Orte zu lotsen (vgl. London).

###### Es braucht eine verstärkte Koordination zwischen Schweiz Tourismus und den regionalen Tourismusorganisationen und der Hotellerie.

###### Verteilung der Ströme der Tagestouristen durch geschickte Raumplanungsmassnahmen

#### Regulierungen:

###### Eine einheitliche Lösung zum Problem Overtourism gibt es nicht. Bundesweite Regulierung sind deshalb grundsätzlich abzulehnen. Das Subsidiaritätsprinzip und die föderalistischen Strukturen sind zu respektieren.

###### Das Stadt- oder Landschaftsbild, der Umweltschutz und die Zufriedenheit der einheimischen Bevölkerung dürfen nicht vom Tourismus gefährdet werden. In Härtefällen braucht es gesetzliche Regulierungen. Wenn zum Beispiel die Wohnungsmieten in einem beliebten Stadtteil markant höher werden, weil Investoren Wohnungen und Häuser kaufen, die sie dann als Ferienwohnungen kurzzeitig vermieten, muss eingeschritten werden (vgl. Berner Altstadt). Dabei ist es zentral, frühzeitig mit Sharing Economy Plattformen, wie Airbnb, Verhandlungen einzugehen. Ideal wäre eine möglichst einheitliche Lösung.

###### Es braucht gleichlange Spiesse für alle. Steuern und Abgaben müssen von allen bezahlt werden und der Gesamtarbeitsvertrag gilt auch für Mitarbeiter in gewerblich bewirtschafteten Wohnungen.

###### Touristen, die dem Landschaftsbild durch grobe Verschmutzung schaden oder das Stadtleben durch unerhörtes Verhalten stören, sollten sanktioniert werden. Dabei soll auf eine möglichst gute Sensibilisierung gesetzt werden, um das Problem gar nicht erst entstehen zu lassen. In der Pflicht sind auch ausländische Tourguides, welche grosse Gruppen führen (vgl. Problem mit roter Ampel in Luzern).

###### Grundsätzlich gilt, dass der Tourismus begrüsst wird und strikte Regulierungen nur als letzte Konsequenz eingeführt werden sollten. Umso wichtiger ist es, gut zu informieren.

#### Die Bevölkerung miteinbeziehen:

###### Die Bevölkerung ist vom Overtourism direkt betroffen und kann sich schnell im eigenen Zuhause unwohl fühlen. Um das zu verhindern braucht es eine gute Sensibilisierung der Bevölkerung. Dabei können zum Beispiel Anlässe organsiert oder Infomaterial verteilt werden, die auf bestimmte Verhaltensweisen einzelner Länder eingeht.

###### Die Bevölkerung einer beliebten Touristendestination profitiert auch stark vom Tourismus. Dies muss ihr klar gemacht werden, auch, damit sie sich ein Stück vom Kuchen abschneiden können, wenn sie das wollen.

###### Eine gute Möglichkeit, die Bevölkerung miteinzubeziehen, ist die direkte Beteiligung am Tourismus, z.B. durch gemeinsame Programme und Angebote (vgl. Plattform «dzin»).

1. Travel & Tourism Economic Impact 2017 – World, World Travel & Tourism Council, 2017, wtttc.org. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)