

DIPLOMA HOCHSCHULE

Private Fachhochschule Nordhessen

Studiengang: Tourismuswirtschaft (B.A.)

Bachelor-Thesis

***Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement
durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und
Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen***

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts (B.A.)

Vorgelegt von:	Silvana Wrusch
	Matrikel-Nummer: 100078 Bad Sooden-Allendorf
Bearbeitungszeit:	24 Wochen
Abgabe am:	22.01.2019
Betreuer:	Prof. Dr. Stefan Siehl

Kurzfassung

Diese Abschlussarbeit befasst sich mit der Problematik des Phänomens Overtourism, welches im Zusammenhang mit immer mehr Destinationen genannt wird und einen rasanten Anstieg innerhalb der letzten Monate verzeichnen konnte. Der Leser erhält zunächst eine grundsätzliche Themeneinordnung. Anschließend erfolgen mehrere Begriffsdefinitionen sowie eine Erläuterung zum Massentourismus, Overtourism und dem Destinationsmanagement. Dann wird der Overtourism anhand ausgewählter Destinationen veranschaulicht, indem die Entstehung und die Auswirkungen beschrieben werden. Im darauffolgenden Abschnitt werden Handlungsempfehlungen für betroffene Destinationen gegeben, wobei die Empfehlungen in verschiedenen Dimensionen betrachtet werden. Die Thematik wird durch Experteninterviews vertieft und analysiert und es erfolgt eine Auswertung der durchgeführten Interviews bzw. der dadurch gewonnenen Erkenntnisse. Zum Ende der Arbeit wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick auf die zukünftige Entwicklung gegeben. Die visuelle Aufbereitung erfolgt mittels Statistiken sowie Grafiken.

Inhaltsübersicht

Kurzfassung.....	I
Inhaltsübersicht.....	II
Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung.....	1
1.1 Relevanz des Themas.....	1
1.2 Fragestellung und Zielsetzung.....	3
1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit	4
2 Massentourismus, Overtourism und Destinationsmanagement.....	5
2.1 Massentourismus	5
2.1.1 Definition.....	5
2.1.2 Entwicklung und Auswirkungen.....	6
2.2 Overtourism.....	7
2.2.1 Definition.....	8
2.2.2 Gründe/Entwicklung und Auswirkungen.....	9
2.3 Abgrenzung Massentourismus und Overtourism	11
2.4 Destinationsmanagement.....	12
2.4.1 Definition.....	13
2.4.2 Relevanz.....	13
3 Entstehung und Auswirkungen von Overtourism in ausgewählten Destinationen.....	15
3.1 Destination Dubrovnik	15
3.1.1 Entstehung von Overtourism.....	16
3.1.2 Auswirkungen des Overtourism	17
3.2 Destination Mallorca.....	19
3.2.1 Entstehung von Overtourism.....	21

3.2.2 Auswirkungen des Overtourism	23
3.3 Destination Berlin	26
3.3.1 Entstehung von Overtourism.....	27
3.3.2 Auswirkungen des Overtourism	30
4 Handlungsempfehlungen für das Management ausgewählter Destinationen mit Overtourism	34
4.1 Politische Dimension	35
4.2 Sozio-kulturelle Dimension	46
4.3 Ökologische Dimension.....	49
4.4 Ökonomische Dimension.....	52
4.5 Technologische Dimension.....	54
4.6 Rechtliche Dimension.....	57
5 Overtourism aus Expertensicht ausgewählter Destinationen.....	61
5.1 Methodische Vorgehensweise.....	61
5.2 Analyse und Interpretation der Experteninterviews	64
5.3 Zwischenfazit	70
6 Fazit.....	71
6.1 Zusammenfassende Bewertung	71
6.2 Ausblick und Übertragbarkeit.....	76
Literaturverzeichnis.....	VII
Anhang	- 1 -
Internationale Touristenankünfte 1950 - 2030	- 1 -
Suchanfragen über Google zum Begriff „Overtourism“	- 2 -
Touristenankünfte Dubrovnik 2011 - 2016.....	- 3 -
Demonstrationen am Flughafen Palma de Mallorca	- 4 -
Einladung zur Veranstaltung „Hilfe, die Touris kommen!“	- 5 -
Einwohner/-innen und Übernachtungsintensität 2016.....	- 6 -
Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus 2016	- 7 -

Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017	- 8 -
Ranking der europäischen Städte nach Anzahl der Touristenübernachtungen in gewerblichen Betrieben im Jahr 2017 (in Millionen).....	- 9 -
Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) in Berlin von 1992 bis 2017	- 10 -
Was halten Sie von dem Plan der mallorquinischen Regierung, die Zahl der Touristen durch neue Gesetze zu begrenzen?.....	- 11 -
Leitfaden – Experten-Interview 1	- 12 -
Leitfaden – Experten-Interview 2	- 18 -
Leitfaden – Experten-Interview 3	- 26 -
Experten-Interview 1	- 31 -
Experten-Interview 2	- 46 -
Experten-Interview 3	- 68 -
Programm fvw Destination Germany Day 2019.....	- 91 -
Eidesstattliche Erklärung	- 93 -

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Handlungsfelder DMOs (eigene Darstellung)	34
Abbildung 2: SWOT-Analyse (eigene Darstellung).....	68
Abbildung 3: Internationale Touristenankünfte 1950 – 2030 (The World Tourism Organization 2018)	- 1 -
Abbildung 4: Suchanfragen über Google zum Begriff "Overtourism“ (Dickinson 2018) .-	2 -
Abbildung 5: Touristenankünfte Dubrovnik 2011 – 2016 (Statista GmbH 2017)	- 3 -
Abbildung 6: Demonstration am Flughafen Palma de Mallorca (El Mundo 2018)	- 4 -
Abbildung 7: Einladung zur Veranstaltung "Hilfe, die Touris kommen!" (n-tv.de 2011)-	5 -
Abbildung 8: Einwohner/-innen und Übernachtungsintensität 2016 (dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017)	- 6 -
Abbildung 9: Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus 2016 - Stimmungsbild nach Stadtteilen (dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017).....	- 7 -
Abbildung 10: Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017 (Statista GmbH 2017)	- 8 -
Abbildung 11: Ranking europäischer Städte 2017 (Statista GmbH 2018)	- 9 -
Abbildung 12: Tourismusintensität Berlin 1992 – 2017 (Statista GmbH 2018)	- 10 -
Abbildung 13: Meinung der Deutschen zu Plänen für Gesetze gegen Massentourismus auf Mallorca 2017 (Statista GmbH 2018)	- 11 -

Abkürzungsverzeichnis

BTW	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V.
CLIA	Cruise Lines International Association
DMO	Destinationsmanagementorganisation/ Destinationsmarketingorganisation
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GOB	Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa
ITB	Internationale Tourismusbörse
KPI	Key Performance Indicator
UNWTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel and Tourism Council

1 Einleitung

„Quasi von Touristen überschwemmt“¹ – „Overtourism: Die Invasion unserer Innenstädte“² – „Wenn zu viele Urlauber alles lahmlegen“³

Solche oder ähnliche Schlagzeilen sind dem einen oder anderen in den vergangenen Monaten sicherlich bereits öfter begegnet. Denn nicht nur in der touristischen Fachpresse, sondern auch in allgemeinen Print- sowie Online-Medien liest man immer häufiger von Urlaubsregionen, in denen die Touristenzahlen nicht nur hoch, sondern zu hoch sind. In diesem Zusammenhang kann man zunehmend das Wort „Overtourism“ lesen. Besonders seit 2018 scheint es mit steigender Tendenz Artikel zu der Entwicklung des Tourismus zum Overtourism zu geben. Sei es Island, Berlin, Venedig, Rom oder Holland – der Begriff des Overtourism fällt im Zusammenhang mit diversen Destinationen.

1.1 Relevanz des Themas

In einer Welt der stetig wachsenden Globalisierung gewinnt der Bereich des weltweiten Tourismus immer mehr an Wichtigkeit. Heutzutage gehört es beinahe zum guten Ton, während der Urlaubstage zu verreisen statt diese zu Hause zu verbringen. Man könnte sogar schon fast so weit gehen, zu sagen, dass das Reisen bereits zur gesellschaftlichen Verpflichtung geworden ist. Laut Michael Frenzel, Präsident des BTW, ist Reisen für viele Menschen ein Grundbedürfnis

¹ vgl. Burkhardt 2018

² vgl. Rauscher 2018

³ vgl. Niese 2018

geworden, welches auch entsprechend gelebt wird. Daher ist ein Ende des globalen Wachstums der Reisebranche nicht zu erkennen.⁴ Besonders für den chinesischen Reisemarkt, der ohnehin seit Jahren dynamisch wächst, wird ein weiteres stetiges Wachstum vorausgesagt.⁵

Auf dem Reisemarkt nimmt die Zahl an Reiseangeboten stetig zu, man hat als Kunde ein immer breiter gefächertes Spektrum an Reiseoptionen, von Frühbucher-Angeboten bis hin zu Last Minute-Schnäppchen. Nicht nur der inländische Tourismus gewinnt an Bedeutung, auch die Anzahl der Reisen ins Ausland steigen. Dadurch nimmt natürlich auch die Zahl der weltweit Reisenden kontinuierlich von Jahr zu Jahr zu, was nicht zuletzt auch an der immer preiswerteren Erreichbarkeit aller Winkel der Welt liegt. Laut der UNWTO wird bald jeder fünfte Mensch auf der ganzen Welt reisen (vgl. Abbildung 3, Internationale Touristenankünfte 1950 - 2030). Dadurch leiden immer mehr beliebte Reiseziele gezwungenermaßen durch ihren eigenen Erfolg.⁶

Durch diese globale Tourismusedwicklung sind einige touristische Hot Spots der Urlaubsdestinationen bereits jetzt außerordentlich belastet und die Prognose für das Wachstum des weltweiten Tourismus wird früher oder später in immer mehr Urlaubsregionen zu Konflikten führen.

Die UNWTO hat die Relevanz des Themas bereits aufgegriffen und bemüht sich um Lösungen gegen den Overtourism. Jedoch wird dieser Prozess wahrscheinlich mehrere Jahre dauern. Der BTW-Chef Michael Frenzel hat auf der ITB im März 2018 bereits seine Bedenken geäußert und, wie auch schon die UNWTO, davor gewarnt, dass die Tourismusbranche Opfer ihres eigenen Erfolgs werden könnte.⁷

⁴ vgl. Münck 2018

⁵ vgl. Hildebrandt 2017

⁶ vgl. Temsch 2018

⁷ vgl. Pracht, Tourismus ist zum Ablasshandel verdammt 2018

Um diesem Trend des Overtourism rechtzeitig entgegen wirken zu können, ist es wichtig, dass sich betroffene Destinationen mit der Thematik früh genug beschäftigen. Doch auch für die Destinationen, in denen sich das Phänomen des Overtourism bereits abspielt, sind neue Erkenntnisse ein großer Gewinn für das zukünftige Destinationsmanagement.

1.2 Fragestellung und Zielsetzung

Diese Arbeit wird diverse Fragen im Zusammenhang mit dem Phänomen Overtourism versuchen zu klären. Welche Destinationen sind vom Overtourism betroffen und warum ausgerechnet diese? Gibt es eine Möglichkeit, den Overtourism nicht erst dann zu einzudämmen, wenn er bereits eingetreten ist? Kann man das Risiko des Overtourism abschwächen oder ihm gar ganz vorbeugen?

Das Thema des Overtourism ist in der Tourismusbranche noch relativ neu, trotzdem ist bereits jetzt absehbar, dass immer mehr Destinationen in der näheren Zukunft davon betroffen sein werden. Daher ist Teil dieser Arbeit, bereits existierende Lösungsansätze oder sogar Lösungen zu beleuchten sowie die Erfahrungen von den jeweiligen Destinationen mit Lösungsansatz zu untersuchen und zu hinterfragen. Gibt es Regionen, die den Overtourism erfolgreich eindämmen konnten und wenn ja, wie wurde dies erreicht? Welche Maßnahmen haben sich als geeignet und welche als weniger geeignet erwiesen?

Durch die voranschreitende Digitalisierung ist es zudem sinnvoll, auch die Rolle von Technologien im Tourismus zu betrachten. Gibt es eventuell neue Technologien oder Systeme, die den Overtourism einschränken oder eine Entwicklung zum Overtourism verhindern können?

1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit

Zunächst erfolgen mehrere Begriffsdefinitionen sowie -abgrenzungen, damit diese Begriffe im weiteren Verlauf der Arbeit im Kontext verständlich sind. Hierzu gehört der Massentourismus als seit Jahrzehnten bekannte Tourismusform, der Overtourism als neue Erscheinung des modernen Tourismus sowie das Destinationsmanagement als Teil jeder Destination. Zudem wird beleuchtet, wie und wann es zum Massentourismus und zum Overtourism kam und wie relevant das Destinationsmanagement ist.

Anschließend wird auf mehrere Destinationen eingegangen, die unterschiedlich ausgeprägt vom Overtourism betroffen sind. Hierbei wird jede Destination individuell und separat betrachtet, da die gewählten Destinationen sehr verschiedenartig sind und eine eigene Kultur, Natur und Tourismusedwicklung aufweisen.

Darauffolgend wird näher auf Handlungsempfehlungen von Destinationen eingegangen. Da es im Hinblick auf Handlungsempfehlungen verschiedene Ebenen zu betrachten gibt, werden hier entsprechend unterschiedliche Dimensionen untersucht.

Im Anschluss an die Betrachtung der Handlungsempfehlungen wird auf die Methode der qualitativen Forschung eingegangen, die im Rahmen dieser Arbeit angewendet wird. Es werden Experteninterviews analysiert, in welchen die Experten Informationen und Handlungsempfehlungen beisteuern können. Damit wird die Thematik von direkten Akteuren des Bereichs aufgegriffen und kommentiert.

Zum Abschluss wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick auf die zukünftige Entwicklung gegeben. Zudem wird die Übertragbarkeit der gewonnen Erkenntnisse betrachtet, damit diese Arbeit einen wichtigen Teil zu dem Thema des Overtourism beiträgt und als Hilfestellung für Akteure aus dem Destinationsmanagement genutzt werden kann.

2 Massentourismus, Overtourism und Destinationsmanagement

2.1 Massentourismus

Der Massentourismus ist eine seit Jahrzehnten in den westlichen Industrieländern existierende Reiseform. Die meisten Menschen assoziieren damit überfüllte Sandstrände, lange Warteschlangen an Sehenswürdigkeiten und überlaufene Stadtzentren. Es gibt bestimmte Urlaubsdestinationen, bei denen der Massentourismus seit Jahren vorherrscht, z. B. die Balearen-Insel Mallorca zur Hochsaison oder die französische Hauptstadt Paris.

2.1.1 Definition

Der Massentourismus lässt sich als Erscheinung im Tourismus besonders in den westlichen Industrienationen definieren, bei der die Reiseintensität eines Volks sehr starke Ausmaße annimmt und dadurch ein beachtlicher Anteil der Bevölkerung am Fremdenverkehr teilnimmt. Ein wichtiges Merkmal des Massentourismus ist die organisierte Form, meist als Pauschalreise angeboten, in stark besuchte Urlaubsdestinationen.⁸ Der Massentourismus wird oft als negativ besetzt empfunden und wahrgenommen und steht im direkten Gegensatz zum Individualtourismus.

⁸ vgl. Ernst Klett Verlag GmbH 2012

2.1.2 Entwicklung und Auswirkungen

Eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Tourismus begann erstmals zwischen 1950 und 1960 größtenteils durch Kulturkritiker. Diese Auseinandersetzung verlief analog zur Entwicklung des Massentourismus. Da sich hauptsächlich Kulturkritiker mit der Thematik auseinandersetzten, waren die Veröffentlichungen meist eher kritisch.⁹ Der Beginn der Hochphase des Tourismus steht in enger Verbindung mit dem Wirtschaftsaufschwung in den Industrieländern im Westen. Erst ab dieser Phase konnten in den Industrieländern alle Schichten reisen und seit der Hochphase war Freizeit erstmals eine Reisemotivation.¹⁰ Höhere Einkommen und mehr Freizeit verhalfen der schnellen Entwicklung des Tourismus hin zum Massentourismus. Eine geeignetere Bezeichnung ist sicherlich der organisierte oder institutionalisierte Tourismus, denn dies bedeutet, dass der Tourismus im sozialen und wirtschaftlichen Leben sowie bei Stellen des Staates zu einer festen Komponente geworden ist. Dies lässt sich beispielsweise daran erkennen, dass der Tourismus mit modernen betriebswirtschaftlichen Methoden sozusagen hergestellt und vermarktet wird.¹¹ Unter der Produktion und dem Marketing kann man in diesem Zusammenhang u. a. die Normung von Reisezielen oder die Erschaffung von Sehenswürdigkeiten verstehen.

Die Art des Reisens veränderte sich über die Jahre hinweg rasant; wurden anfangs eher Bahnen und Busse als Reiseverkehrsmittel genutzt, so verstärkte sich zusehends der Autotourismus, bevor die Urlauber vermehrt Charterflüge und dann auch den Linienverkehr in der Luftfahrt nutzten. Heutzutage reisen riesige Menschenmassen, besonders zu besonderen Jahreszeiten wie Ferien bzw. in der Sommersaison, mit verschiedenen Verkehrsmitteln in diverse Urlaubsregionen, die durch die Touristenmassen überfüllt sind.¹²

⁹ vgl. Heuwinkel 2019 S. 32

¹⁰ vgl. Freyer 2015 S.11

¹¹ ebd. S. 17

¹² ebd. S. 17

Obwohl die klassischen Pauschalreisen nur etwa ein Drittel gegenüber individuell organisierten Reisen ausmachen, werden diese direkt mit dem Massentourismus verbunden.¹³ Dieser Trend der Pauschalreise-Buchung wird besonders von Reisebüros gefördert, die vor allem Pauschalreisen verkaufen.

Massen- und Chartersouristen werden nicht an kaum entdeckte Orte reisen, da es für diese keine entsprechenden Angebote gibt.¹⁴ Im Massentourismus kann bei Reisenden teils ein Verlust an Interesse an den Einheimischen, den Traditionen und Landschaften der bereisten Destination beobachtet werden, wobei sich die Reisenden gehäuft an der eigenen Reisegruppe orientieren. Dadurch kann u. a. ein verzerrtes Bild von der Gastgebergesellschaft entstehen.¹⁵

2.2 Overtourism

Das Phänomen des Overtourism ist noch relativ neu, allerdings konnte man über die letzten Monate, besonders seit 2018, immer wieder den Begriff des Overtourism in den Medien finden. Vielen Menschen sind das Phänomen sowie auch der Begriff jedoch noch nicht so gegenwärtig wie der Massentourismus. Laut einer Studie der Hochschule Kempten in Kooperation mit der GfK ist nur jeder sechsten Person das Thema Overtourism bzw. auch der Begriff als solcher bekannt.¹⁶

Die steigende Verbreitung des Phänomens lässt darauf schließen, dass man sich mit dem Overtourism intensiv beschäftigen muss, da er ein wichtiges Zukunftsthema im Tourismus ist. Overtourism ist bereits mehrfach ein wichtiges Thema auf touristischen Fachkongressen und -messen gewesen.

¹³ vgl. Freyer 2015 S. 259

¹⁴ vgl. Mundt 2013 S. 219

¹⁵ ebd. S. 225

¹⁶ vgl. touristik aktuell 2019

2.2.1 Definition

Nach heutigem Stand gibt es noch nicht viele Definitionen für den Overtourism. Wörtlich übersetzt bedeutet das Wort „Übertourismus“ und dieses Wort beschreibt geradewegs, worum es sich beim Overtourism handelt.

Erstmals fiel die Bezeichnung Overtourism 2016 auf der Homepage des Unternehmens Skift, welches Anbieter von Nachrichten und Forschung für die Reiseindustrie ist. Der Geschäftsführer Rafat Ali definierte Overtourism als potenzielle Gefährdung von beliebten Urlaubsregionen auf der ganzen Welt. Die Triebkräfte, die den Tourismus in bestimmten Destinationen fördern, würden seiner Ansicht nach oft unvermeidliche negative Konsequenzen mit sich bringen, wenn diese Triebkräfte nicht sinnvoll und nachhaltig geplant seien. Daher kann es in betroffenen Destinationen zur Ablehnung von Tourismus kommen.¹⁷

Der britische Journalist Greg Dickinson hat im Frühjahr 2018 beim bekannten Collins Dictionary eine Definition vorgeschlagen, welche wie folgt lautet: „Overtourism ist das Phänomen, dass ein beliebtes Reiseziel oder eine Sehenswürdigkeit auf unhaltbare Weise von Touristen überrannt wird“.¹⁸ Somit ist der Begriff Overtourism an sich selbsterklärend.

Der Tourismus ist eine Branche, in der Emotionen und Erlebnisse geschaffen werden, d. h. die Produkte haben einen hohen emotionalen Wert und beim Reisen geht es immer um das Erleben von besonderen Momenten, an die man sich gerne zurückerinnert. Analog dazu sollte man daher beim Overtourism beachten, dass es sich nicht nur um ein Phänomen handelt, dass sich anhand von Zahlen beschreiben lässt, sondern dass sich diese Erscheinungsform des Tourismus anhand von Stimmungsbildern der Einheimischen, aber auch der Reisenden, definieren lässt.

¹⁷ vgl. Ali 2018

¹⁸ Schaal 2018

2.2.2 Gründe/Entwicklung und Auswirkungen

Es gibt immer mehr Berichte und Artikel zum Thema Overtourism und den Destinationen, denen ihre Beliebtheit allmählich zum Verhängnis wird. Akteure aus dem Tourismus beschäftigen sich zunehmend mit dem Thema. Das Phänomen wurde bereits in mehreren internationalen und führenden Tourismuskongressen und -konferenzen aufgegriffen, so neben der ITB 2018 und dem Tourismusgipfel (s. 2.2 Overtourism) auch auf einer Versammlung des WTTC mit Sitz in London.

Auch im Jahr 2019 steigt die Relevanz des Themas weiterhin, im Januar 2019 wurde das Thema Overtourism beim Destination Germany Day der Touristiker-Fachzeitschrift fww aufgegriffen und Experten aus dem Destinationsmanagement in Deutschland referierten zu der Thematik. Hierbei wurde u. a. angemerkt, dass das Phänomen in immer mehr Destinationen auftritt, unabhängig von der Größe der Destination.

Der britische Journalist Greg Dickinson (s. Abschnitt 2.2.1 Definition) hat nicht nur eine Definition für den Overtourism aufgestellt, sondern sich intensiver mit der Thematik beschäftigt. Dabei fand er heraus, dass die Suchanfragen im Internet für den Begriff „Overtourism“ seit Herbst 2017 signifikant angestiegen sind (vgl. Abbildung 4, Suchanfragen über Google zum Begriff „Overtourism“). Daher schlägt er in einem Artikel in der Tageszeitung The Telegraph in Großbritannien diesen Begriff sogar als „Wort des Jahres 2018“ vor.

Doch obwohl Overtourism in touristischen Fachkreisen immer mehr in den Fokus gerät und untersucht wird, sind sich Experten und Führungskräfte der Tourismusindustrie nicht einig darin, was genau Overtourism bedeutet und wie das Thema zu behandeln ist.¹⁹

¹⁹ vgl. Dickinson 2018

Um zu verstehen, wie der Overtourism entstanden ist, muss man zunächst festhalten, dass es sich beim Overtourism um ein sehr vielschichtiges Phänomen handelt und viele Faktoren miteinzubeziehen sind. Es gibt nicht nur eine Ursache, die zum Overtourism geführt hat. Vielmehr handelt es sich um eine Vielzahl an Faktoren, die in Kombination miteinander zum Overtourism beitragen.

Zunächst muss man festhalten, dass das Wachstum der globalen Tourismusindustrie einen signifikanten Beitrag zur Entwicklung zum Overtourism leistet. Es reisen jedes Jahr immer mehr Menschen und es existiert heutzutage fast kein Reiseziel mehr, welches man nicht erreichen kann. Steigende Einkommen spielen eine große Rolle im wachsenden Reisemarkt, denn auch in Entwicklungsländern entsteht eine immer größere Mittelschicht, die ihr verfügbares Einkommen in Reisen investiert. Laut einer Studie des Brookings Institute lag die globale Mittelschicht im Jahr 2018 bei etwa 3,7 Milliarden Menschen. Die Studie besagt zudem, dass innerhalb der nächsten fünf Jahre weitere 160 Millionen Menschen zur Mittelschicht dazu kommen könnten und dadurch das insgesamt verfügbare Einkommen für Reisen immer weiterwächst. Im Jahr 2017 lagen die internationalen Touristenankünfte bei 1,3 Milliarden, was einer Steigung von 7% zum Vorjahr entspricht. Die UNWTO hatte für 2018 ein weiteres Wachstum von ca. 4-5% vorausgesagt (vgl. Abbildung 3, Internationale Touristenankünfte 1950 - 2030). Für die Kontinente Afrika und Asien hat die UNWTO für die nächsten Jahre ebenfalls einen starken Zuwachs prognostiziert.²⁰

Das Ergebnis des zunehmenden Overtourism lässt sich bereits in einigen Destinationen feststellen. Die Schäden an der Umwelt wachsen, in der Infrastruktur lassen sich ebenfalls vermehrt Überlastungen wahrnehmen, wie Staus, überfüllte Züge und Chaos im Flugverkehr. Das Problem hierbei ist, dass

²⁰ vgl. Pracht, Tourismus ist zum Ablasshandel verdammt 2018

die Tourismusbranche selbst zwangsläufig die Reisebereitschaft und -lust der Kunden befeuert. Es werden immer wieder neue Zielgebiete und Regionen touristisch erschlossen. Dies bietet natürlich einen Vorteil für den Reisenden, dennoch ist er auf der anderen Seite aber auch genau derjenige, der sich über die Umweltverschmutzung, Billiglöhne, Fluglärm und zu viele Touristen in der eigenen Heimat ärgert.²¹

Zudem werden Kreuzfahrten heutzutage immer beliebter und erleben seit Jahren einen wahren Boom. Außerdem gibt es immer mehr Anbieter von Billigflügen, die ihre Routennetze expandieren. Hinzu kommen zunehmend Portale zur Vermietung privater Unterkünfte.²² All diese Punkte spielen in die Entwicklung hin zum Overtourism ebenfalls hinein.

2.3 Abgrenzung Massentourismus und Overtourism

Wie in den Punkten 2.1 Massentourismus sowie 2.1.1 Definition bereits erwähnt, ist die Erscheinungsform des Massentourismus mittlerweile eher negativ besetzt, mit der man unwillkürlich überfüllte Strände, eine große Müllproduktion und lange Warteschlangen verbindet. Allerdings ist hierbei anzumerken, dass Massentourismus und eine offene Gegnerschaft der betroffenen Destination gegenüber den Touristen nicht zwingend ist. Es gibt durchaus Destinationen, die sich mit dem bestehenden Massentourismus positiv arrangieren. Es hat sich außerdem gezeigt, dass auch die historische Entwicklung einer Destination eine große Rolle spielt in Bezug auf die Wahrnehmung und den Umgang mit Fremden. Destinationen, die historisch bedingt bereits Kontakt und auch Konflikte mit dem Fremden hatten, führt der Umgang mit dem Massentourismus und seinen Auswirkungen nicht zu einer offenen Gegnerschaft gegenüber den Touristen.²³ Massentourismus ist daher durchaus nicht zwangsläufig nachteilig für eine

²¹ vgl. Pracht, Tourismus ist zum Ablasshandel verdammt 2018

²² vgl. fvw 2018

²³ vgl. Mundt 2013 S. 243 f.

Destination und deren Einwohner. Hier liegt der klare Unterschied zwischen dem Massentourismus und dem Overtourism, welcher praktisch eine Weiterentwicklung des Massentourismus darstellt. Während das Gleichgewicht zwischen Touristen und Einheimischen beim Massentourismus noch existiert, gerät dieses beim Overtourism aus dem Lot – es entsteht ein Ungleichgewicht und damit erfolgt eine Ablehnung gegenüber den Reisenden.

Aufgrund dieser Erläuterungen ist es wichtig, die Erscheinungsformen Massentourismus und Overtourism nicht durcheinander zu bringen oder gar gleichzusetzen.

2.4 Destinationsmanagement

Das Thema des Destinationsmanagements gewinnt im Tourismus zunehmend an Bedeutung. Durch die Veränderung von Rahmenbedingungen wird der Wettbewerb zwischen Destinationen intensiviert, sodass die Frage entsteht, wie die einzelnen Destinationen den Anforderungen gerecht werden zu können. Es wird versucht, diese Frage durch das Konzept des Destinationsmanagements zu beantworten.²⁴

Besonders der Faktor Nachhaltigkeit sollte im Destinationsmanagement nicht außer Acht gelassen werden. Das Destinationsmanagement kann und sollte Verantwortungen und Aufgaben für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus übernehmen. Das Streben nach Nachhaltigkeit im Tourismus ist auf allen Ebenen wichtig, d. h. auf regionaler sowie nationaler, aber auch auf internationaler Ebene. Besonders wichtig sind Maßnahmen sowie Konzepte, die innerhalb der letzten Jahrzehnte auf kommunaler und betrieblicher Ebene entwickelt wurden.²⁵

²⁴ vgl. Eisenstein 2014 S. 118

²⁵ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 288

2.4.1 Definition

Der Begriff des Destinationsmanagements steht im engen Zusammenhang mit dem Begriff Destination. Dabei ist die Destination ein Bündel von unterschiedlichen touristischen Leistungen, welches das Produkt für den Gast bedeutet. Zudem kann die Destination verschiedenartige Kernprodukte und Nutzen für die jeweiligen Zielgruppen erstellen. Das Destinationsmanagement bedeutet die Regulierung und Planung der gemeinschaftlichen Entwicklung, Organisation und Vermarktung der touristischen Angebote einer bestimmten Region, die sich um einen Ausgleich der Interessen der unterschiedlichen Stakeholder bemüht und als strategische und marktorientiert agierende Interessensgemeinschaft auftritt. Es ist im Destinationsmanagement maßgebend, dass die Destination langfristig und aktiv gestaltet wird und eine dauerhafte handlungs- und wettbewerbsfähige Einheit schafft. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf einem unternehmensübergreifenden Managementverständnis, im Gegensatz zum unternehmensbezogenen, bei dem die Beziehungen zwischen dem Tourismus und seinen Stakeholdern in den Fokus gerückt werden. Man versucht dabei, die verschiedenartigen Interessen im Hinblick auf einen strategischen Handlungsrahmen in einen Ausgleich zu bringen.²⁶

2.4.2 Relevanz

Ein gut funktionierendes sowie langfristig angelegtes Destinationsmanagement ist für Destinationen sehr wichtig. Da Destinationen als touristische Wettbewerbseinheiten im Incoming-Bereich des Tourismus anzusehen sind, ist es unabdingbar, die zu erfüllenden Funktionen zu planen und zu koordinieren. Das touristische Angebot in einer Destination wird von vielen unterschiedlichen,

²⁶ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 290 f.

selbstständigen Leistungsträgern erstellt, die jedoch als gesamte Leistung zusammengefasst und gestaltet werden müssen bzw. als gebündelte Leistung betrachtet werden sollten. Außerdem spielen in Destinationen verschiedene Akteure eine wichtige Rolle, z. B. in Wirtschaft, Umwelt und Politik. Diese verschiedenen Steuerungsstrukturen müssen koordiniert werden, damit Kompetenzunsicherheiten oder -probleme vermieden werden können. Zudem ist das Destinationsmanagement essenziell für Destinationen, da der Tourismus ein sich schnell wandelnder Markt ist, sodass auch das Leistungsprogramm von Destinationen immer wieder an den Markt mit dem Wettbewerb und Veränderungen in der Nachfrage angepasst werden muss. Dies übernimmt ebenfalls das Destinationsmanagement.²⁷

²⁷ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 291

3 Entstehung und Auswirkungen von Overtourism in ausgewählten Destinationen

Bei der Entstehung und den Auswirkungen von Overtourism kann man beobachten, dass diese keinesfalls in allen Destinationen gleichartig sind. Bei genauerer Betrachtung ist festzustellen, dass hierbei einige Faktoren eine Rolle spielen, die dazu führen, dass man vom Overtourism spricht. Diese Faktoren können je nach Destination unterschiedlich sein, es gibt aber auch Überschneidungen. Um diese Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten genauer zu untersuchen, werden im Folgenden drei europäische Destinationen detaillierter betrachtet. Es wird ein kurzer Überblick über die jeweilige Destination gegeben und im Anschluss daran die Entstehung des Overtourism beschrieben sowie dessen Auswirkungen auf die Destination.

3.1 Destination Dubrovnik

Die kroatische Hafenstadt Dubrovnik, oft auch als „Perle der Adria“ bezeichnet, liegt an der dalmatinischen Küste. Obwohl die Stadt bei einem Erdbeben im Jahr 1667 stark beschädigt wurde, konnten die Kirchen, Paläste und Brunnen aus der Gotik, Renaissance und des Barock erhalten werden. 1979 wurde die Altstadt in die Liste der UNESCO-Weltkulturerben aufgenommen, explizit mit der Prämisse, dass das alltägliche Leben der Einwohner schützenswert sei. Die Altstadt wurde in den 1990er Jahren erneut beschädigt und befindet sich in einem Restaurationsprogramm der UNESCO.²⁸ Noch zu Beginn der 2000er Jahre waren die im Krieg und durch Naturkatastrophen entstandenen Schäden teilweise noch nicht oder nur notdürftig behoben. Daher freuten sich die

²⁸ vgl. UNESCO World Heritage Centre 2018

Bewohner Dubrovniks, als die ersten Gäste in die Stadt zurückkehrten, die schon seit dem 19. Jahrhundert als Reiseziel galt. Der Tourismus ist in der kroatischen Küstenstadt ein riesiger Wachstumsfaktor, es leben etwa acht von zehn Einwohnern vom Tourismus und es existiert kaum eine andere Industrie.²⁹

3.1.1 Entstehung von Overtourism

In Dubrovnik ist der Tourismus innerhalb der letzten 15 Jahre unreguliert ausgeübt. Im Jahr 2017 wurden in Dubrovnik 1,2 Millionen Touristenankünfte gezählt sowie 4,1 Millionen Übernachtungen. Um die Touristenzahlen mit den Einwohnerzahlen ins Verhältnis zu setzen, muss hierbei angemerkt werden, dass im ganzen Stadtgebiet von Dubrovnik etwa 44.000 Menschen leben. Dieses ungleichmäßige Verhältnis zwischen Touristen und Einwohnern führt zwangsläufig früher oder später zu Problemen.³⁰

Zu diesen 1,2 Millionen Touristenankünften und 4,1 Millionen Übernachtungen müssen die Kreuzfahrer noch dazu gerechnet werden. Für die Saison 2018 hatte die Stadtverwaltung von Dubrovnik eine Prognose von 440 Schiffen und 740.000 Passagieren von Kreuzfahrtschiffen getroffen.³¹ Täglich besuchen bis zu 10.000 Kreuzfahrtpassagiere die Stadt. Bis zum Jahr 2018 lagen in der Saison teils sieben Kreuzfahrtschiffe zeitgleich in Dubrovnik.³²

Ein weiterer – vielleicht sogar der aktuell wichtigste – Grund für die hohen Touristenzahlen ist eine der erfolgreichsten Fernsehserien, „Game of Thrones“. Seit der beliebten Serie, die zu großen Teilen in Dubrovnik gedreht wird, kommen noch mehr Reisende und auch eine noch jüngere Zielgruppe in die Küstenstadt.

²⁹ vgl. Temsch 2018

³⁰ ebd.

³¹ ebd.

³² vgl. Birkner und Krane 2018

Man rechnet mit einem Wachstum von etwa 6% pro Jahr.³³ Der Tourismusminister Kroatiens, Gari Cappelli, hat den Zusammenhang zwischen der Serie und den steigenden Touristenzahlen bestätigt. Seiner Aussage nach haben sich die Besucherzahlen in Dubrovnik seit Ausstrahlung der Serie vervielfacht.³⁴ Obwohl für die Serie „Game of Thrones“ auch andere Drehorte in Kroatien genutzt wurden, ist besonders Dubrovnik durch die Serie auch international bekannter geworden, sodass die Touristenankünfte seit Ausstrahlungsbeginn der Serie im Jahr 2011 stetig angestiegen sind (vgl. Abbildung 5, Touristenankünfte Dubrovnik 2011 - 2016).

3.1.2 Auswirkungen des Overtourism

Wie in 3.1.1 Entstehung von Overtourism bereits erwähnt, konnte Dubrovnik im Jahr 2018 etwa 740.000 Touristen sowie 440 Kreuzfahrtschiffe zählen.³⁵ Besonders die Kreuzfahrtschiffe bringen riesige Touristenmassen in die vergleichsweise kleine Stadt. Diese Menschenmassen, die tagtäglich in die überschaubare Altstadt strömen, bringen den Titel des UNESCO-Weltkulturerbes in Gefahr. Sollte der UNESCO-Status aberkannt werden, würde dies nicht nur einen Image-Schaden bedeuten, sondern auch das Ende von wichtigen Subventionen. Die Altstadt innerhalb der Stadtmauer ist lediglich 300 Meter breit und 400 Meter lang. Auf dieser kleinen Fläche leben zurzeit noch etwa 1000 Einwohner – auf jeden dieser Einwohner kommen 2000 Touristen. Durch dieses Ungleichgewicht zwischen Gästen und Bewohnern der Stadt und die stetige Zunahme der Touristen wird die Qualität des Aufenthalts zwangsläufig gemindert. Doch durch den entstandenen Overtourism ist besonders die Lebensqualität der Einheimischen massiv eingeschränkt. Das Problem ist zudem, dass die Kreuzfahrtpassagiere in der Regel nur wenig Geld in den

³³ vgl. Temsch 2018

³⁴ vgl. Leweke 2018

³⁵ vgl. Birkner und Krane 2018

jeweiligen Destinationen, die angefahren werden, ausgeben, meist nicht einmal zehn Euro pro Person. Die Einnahmen durch Anlegegebühren der Schiffe fließen direkt in die Staatskasse, sodass die Einwohner Dubrovniks hier keinen deutlichen Vorteil durch den Kreuzfahrttourismus erfahren.³⁶

Die Infrastruktur der Hafenstadt ist dem Ansturm der Reisenden nicht mehr gewachsen. Dubrovnik liegt zwischen der Adria und dem Berg Srđ auf einem schmalen Landstreifen. Die mittelalterliche Altstadt besteht aus engen Gassen, welche autofrei sind. Durch die vielen Touristenzahlen kommen die Einwohner in der Stadt nicht mehr voran und verspäten sich dadurch zum Teil auf der Arbeit. Die Einwohner müssen mittlerweile stets auf ein Verkehrschaos eingestellt sein. Doch besonders fatal sind die Auswirkungen dann, wenn man gerade im Notfall zu lange auf einen Krankenwagen warten muss. Mittlerweile hat es sich tatsächlich so weit entwickelt, dass die Bewohner der Stadt sich z. B. über Fernseh- oder Radiosender über die Ankunft von Kreuzfahrtschiffen informieren und Warnungen erhalten, zu den Stoßzeiten der großen Schiffe zu Hause zu bleiben.³⁷ Besonders schlimm ist das Chaos im Straßenverkehr im Sommer. Es gibt bisher nur wenige Parkplätze in Dubrovnik, sodass insbesondere in der Hochsaison mehrere Hunderte Reisebusse immer wieder um das Stadtzentrum herumfahren sowie mehrere Tausende Autos von Privatpersonen nach Parkplätzen suchen.³⁸ Insbesondere mangelt es an Busparkplätzen, die jedoch dringend benötigt werden.³⁹

Es wird immer deutlicher, dass die Infrastruktur der Küstenstadt unter den Touristenmassen leidet. Dies ist zum einen für die Einheimischen nachteilig, aber auch für die Besucher der Stadt. Von kroatischen Medien werden immer wieder negative Fotos von Touristen in Dubrovnik veröffentlicht, z. B. wie Eltern ihre Kinder am Rand von Straßen in der Altstadt ihr Geschäft verrichten lassen.

³⁶ vgl. Temsch 2018

³⁷ ebd.

³⁸ vgl. dpa 2018

³⁹ vgl. Birkner und Krane 2018

Lokale Medien haben sogar Fotos von Erwachsenen aufgenommen, die in Nebenstraßen ihre Notdurft verrichteten. Dies schürt unter den Bewohnern natürlich zusätzlich Unmut über die Touristen, die sich in ihren Augen respektlos verhalten.⁴⁰

Die Einheimischen können sich in ihrer eigenen Heimat nicht mehr einheimisch fühlen, da sich durch den immer weiter ansteigenden Overtourism das Stadtbild verändert. Dies bedeutet, dass z. B. Läden des täglichen Bedarfs durch Souvenirgeschäfte ausgetauscht werden, ausländische Investoren Häuser kaufen und Ferienapartments privat vermietet werden, wodurch die Mieten in der Stadt ansteigen. Besonders durch die überschaubare Größe der Altstadt und die hohen Besucherzahlen wird zudem das Lärm- und Dreckproblem deutlich. Letztlich stellt sich bei den Bewohnern Dubrovniks das Gefühl ein, dass die Heimat nicht mehr ihnen gehört.⁴¹ Es gibt in der Altstadt nur noch drei oder vier Supermärkte, und die, die noch existieren, sind für manche der Einwohner viel zu teuer. Im Gegensatz dazu gab es im Jahr 2016 in Dubrovnik 107 Souvenirgeschäfte und 143 Restaurants. Diese hohe Anzahl an Restaurants belastet wiederum das 500 Jahre alte Abwassersystem, sodass sehr unangenehme Gerüche entstehen.⁴²

3.2 Destination Mallorca

Die Insel Mallorca ist mit etwa 3600 Quadratkilometern die größte Baleareninsel, auf der rund 870.000 Einheimische leben. Mallorca ist landschaftlich sehr abwechslungsreich, im Westen und Osten der Insel sind Gebirgszüge zu finden. Besonders spektakulär ist der bekannte Gebirgszug Serra de Tramuntana.⁴³

⁴⁰ vgl. dpa 2018

⁴¹ vgl. Temsch 2018

⁴² vgl. Bačić 2017

⁴³ vgl. Triplemind GmbH 2018

Mallorca ist schon seit Jahrzehnten ein beliebtes Urlaubsziel, besonders für deutsche Touristen. Bereits seit den 1950er und 1960er Jahren gilt Mallorca als populäre Destination für Reisende, die ihren Urlaub gerne in der Sonne verbringen möchten. Der Tourismus spielte daher bereits vor mehreren Jahrzehnten eine große Rolle auf der Insel, jedoch nimmt die Wichtigkeit der Branche immer mehr zu, da andere Industrien abgenommen haben oder komplett weggefallen sind.⁴⁴ Das Wachstum liegt zudem auch an den sehr guten Flugverbindungen in viele Städte Deutschlands und daran, dass andere Destinationen immer wieder in Schwierigkeiten geraten aufgrund der dortigen politischen Lage, wie z. B. Tunesien, Ägypten oder die Türkei.⁴⁵ Insbesondere in Palma sind in den vergangenen Jahren viele neue Boutique-Hotels in der Innenstadt entstanden. Die Urlaubssaison hat sich ebenfalls verändert, denn diese wird immer mehr ausgeweitet.⁴⁶ Im Jahr 2017 besuchten insgesamt 11,6 Millionen Touristen die Insel, was gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von 6,7% bedeutet. Wichtigster Quellmarkt für die Baleareninsel sind die Deutschen, von denen 2017 insgesamt 4,4 Millionen Urlauber nach Mallorca gereist sind.⁴⁷

Mallorca lockt die Urlauber mit einer großen Vielfalt, was die Insel als Urlaubsziel attraktiv macht. Zudem ist die Insel durch kurze und günstige Flugverbindungen sehr gut zu erreichen. Man muss außerdem darauf hinweisen, dass für deutsche Touristen bei der Buchungswahl oft ausschlaggebend ist, dass man auf der Insel keine Fremdsprache nutzen muss, sondern sich auf Deutsch verständigen kann, was für viele Deutsche durchaus ein Grund zur präferierten Buchung für diese Destination darstellt.⁴⁸

Im Jahr 2017 gaben bei einer Befragung unter deutschen Urlaubern 70% an, dass sie aufgrund der Natur und Landschaft nach Mallorca reisen würden. Dicht dahinter folgten mit 62% der Strand, mit 58% die Kultur und mit 57% die mallorquinische Küche. Lediglich 12% gaben an, dass sie aufgrund des

⁴⁴ vgl. Mono 2017

⁴⁵ vgl. Bremer 2019 3.

⁴⁶ vgl. Mono 2017

⁴⁷ vgl. Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears 2018

⁴⁸ vgl. Bremer 2019 8.

Nachtlebens am Ballermann auf die Insel reisen würden (vgl. Abbildung 10, Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017).

3.2.1 Entstehung von Overtourism

Die unsichere politische Lage in vielen ehemals beliebten Urlaubsregionen hat dazu geführt, dass innerhalb der letzten Jahre die als sicher angesehenen Destinationen vermehrt gebucht wurden. So hat auch Spanien – und besonders Mallorca – 2016 einen Rekordsommer im Tourismus erlebt, da die Reisenden gegenüber Reisen in diesem Land keine Bedenken in Bezug auf die politische Sicherheit hatten.⁴⁹

Doch fast von einem Tag auf den anderen hörte man auf Mallorca den Begriff „Turismofobia“, zu Deutsch „Touristenphobie“. Die Anhänger der links-separatistischen Splittergruppen Endavant und Arran hatten Touristen, die sich in einem Restaurant befanden, im August 2017 mit Konfetti beworfen. Zudem brannten sie Bengalfackeln vor dem Yachthafen in Palma ab und beklebten Mietautos mit touristenfeindlichen Sprüchen.⁵⁰

2017 hatte es auf Mallorca erstmals Proteste der Einheimischen gegen den Massentourismus gegeben. Etwa 3000 Demonstranten zogen durch das Zentrum von Palma de Mallorca. Aufgerufen worden war der Protest von über 50 Institutionen, zu denen Bürgerinitiativen sowie Naturschutzverbände gehören. Eine der Hauptforderungen der Demonstranten war die Diversifizierung der Wirtschaft auf Mallorca. Die Demonstranten trugen Plakate mit Sprüchen wie „Ohne Touristenlimit haben wir keine Zukunft“.⁵¹ Die Sprüche waren überwiegend auf Mallorquinisch.⁵² Die Organisatoren der Demonstration forderten zu neuen Alternativen zum aktuellen Tourismusmodell auf Mallorca auf. Die

⁴⁹ vgl. Neuroth, Mallorca - so voll wie nie 2016

⁵⁰ vgl. Feldmeier 2017

⁵¹ vgl. Neuroth, Proteste gegen Massentourismus 2017

⁵² vgl. Bremer 2019 8.

Naturschutzorganisation GOB forderte im Speziellen, dass die Ökonomie auf Mallorca, sowie auch auf den weiteren Inseln der Balearen, ausgeweitet werden muss, um nicht ausschließlich vom Tourismus abhängig zu sein. Nach Ansicht der Bürgerinitiativen reichten die bisherigen Gesetze nicht aus, um den Overtourism zu bekämpfen. Zu den bereits bestehenden Gesetzen gehörte der Baustopp von neuen Hotels sowie eine Verdopplung der Tourismussteuer. Laut Initiativen und Verbänden hätten diese Gesetze jedoch keinen positiven Effekt auf die Entwicklung gehabt.⁵³

Im Jahr 2018 gab es bezüglich der Ankunft der Kreuzfahrtschiffe einen erneuten Rekord auf Mallorca. 2017 konnte die Insel eine Ankunft von insgesamt 540 Kreuzfahrtschiffen verzeichnen, im darauffolgenden Jahr hatte sich diese Zahl auf 567 erhöht, was einer Steigerung von 5% entspricht. Im April 2018 legte das zu dem Zeitpunkt weltweit größte Kreuzfahrtschiff Symphony of the Seas, mit dem Royal Caribbean Cruises seinen eigenen Rekord der Passagierzahlen brach, auf seiner Jungfernfahrt auch am Kreuzfahrtterminal auf Mallorca an. Dort wurden die Kreuzfahrtpassagiere bereits von Demonstranten erwartet. Aufgerufen wurde die Demonstration wiederum von der balearischen Umweltschutzorganisation GOB, um gegen die Umweltverschmutzung durch Kreuzfahrtschiffe zu demonstrieren.⁵⁴

Doch Proteste fanden 2018 nicht nur aufgrund der hohen Anzahl an Kreuzfahrtschiffen statt. Auch am Flughafen wurden Reisende von Mallorquinern mit Plakaten gegen den Tourismus empfangen. In der Hochsaison im Sommer 2018 wurden pro Tag etwa 900 Flüge abgewickelt mit insgesamt rund 150.000 Passagieren. Die Demonstranten am Flughafen hielten Plakate mit Texten wie „Tourismus tötet Mallorca“ oder „Ein Flug pro Minute ist unhaltbar“ (vgl. Abbildung 6, Demonstrationen am Flughafen Palma de Mallorca). Zusätzlich zu den Plakaten wurden den Reisenden, die auf der Insel gelandet waren, Flyer in die Hand

⁵³ vgl. Neuroth, Proteste gegen Massentourismus 2017

⁵⁴ vgl. Deutsche Welle 2018

gedrückt mit weiteren Informationen zu den Auswirkungen der steigenden Urlauberzahlen. Darüber hinaus wurden im Sommer 2018 immer wieder Graffiti an Hausfassaden in Palma entdeckt. Diese Graffiti wurden an Hotels gesprüht und enthielten Sprüche wie „Tourismus tötet die Stadt“ oder „Hotels raus aus dem Viertel“.⁵⁵

3.2.2 Auswirkungen des Overtourism

Bereits im Jahr 2016 konnte man die ersten Auswirkungen des entstehenden Overtourism erkennen. An den Stränden der beliebtesten Balearen-Insel reihten sich die Strandtücher und Sonnenschirme so nah aneinander, dass dazwischen kaum noch freier Strand vorhanden war geschweige denn man einen freien Platz finden konnte. Die Urlauber mussten zudem bereits am frühen Vormittag zum Strand fahren, da es danach ansonsten keine Parkplätze mehr für Mietwagen gab oder man in ein Verkehrschaos geriet. Hier machten sich also bereits erste negative Auswirkungen für die Touristen bemerkbar.⁵⁶

Dieses Verkehrschaos ist jedoch nicht nur für die Urlauber ein Problem, denn die Mallorquiner sind davon natürlich ebenfalls betroffen und für die Einwohner hat ein solches Chaos viel fatalere Folgen. Viele Einheimische kommen nur umständlich zur Arbeit oder von der Arbeit nach Hause, da die öffentlichen Verkehrsmittel überlastet sind. Teilweise bricht der öffentliche Nahverkehr regelrecht zusammen.⁵⁷ Besonders problematisch wird es für die Einheimischen, insbesondere die Anwohner des Stadtteils El Terreno in Palma, da diese in unmittelbarer Nähe des Hafens wohnen. Wenn die Kreuzfahrtschiffe, die i. d. R. morgens ankommen und nachmittags abfahren, anlegen, dann fluten die

⁵⁵ vgl. Geißler 2018

⁵⁶ vgl. Neuroth, Mallorca - so voll wie nie 2016

⁵⁷ vgl. Bremer 2019 26.

Kreuzfahrtpassagiere für ein bestimmtes Zeitfenster die Stadt, sodass die öffentlichen Verkehrsmittel überfüllt sind.⁵⁸

Die Anzahl der Kreuzfahrtschiffe, die in Mallorca anlegen, werden zunehmend zum Problem für die Mallorquiner, im Speziellen für die Anwohner in Hafennähe. Man sieht die Emissionen an den Pflanzen und in der Luft. Des Weiteren leiden die Anwohner unter einer Lärmbelastigung, da die Kreuzfahrtschiffe sich anscheinend nicht an die mitternächtliche Sperrstunde halten müssen, im Gegensatz zu anderen Kneipen und Bars. Neben dieser Lärmbelastigung kommen auch die Motorengeräusche dazu, die sogar nachts nicht enden.⁵⁹ Dadurch werden die Mallorquiner in ihrer Lebensqualität maßgeblich beeinträchtigt.

Doch es gibt für die einheimische Bevölkerung weitere negative Auswirkungen durch die hohe Anzahl an Touristen. Bereits im Jahr 2016 gab es Wassermangel auf der Insel. Mehrere Orte im Tramunatana-Gebirge auf Mallorca mussten in diesem Jahr auf Trinkwasser von Tankschiffen zurückgreifen. Dies lag zum einen daran, dass es in dem Frühjahr nicht viel Niederschlag gegeben hatte, sodass die Stauseen in dem Gebirge nicht genug Wasser bereithielten, zum anderen an den Touristenmassen, die viel Wasser verbrauchen. Das notwendige Projekt, den Bewohnern Trinkwasser auf Tankschiffen zur Verfügung zu stellen, war kostspielig und sorgte für Unmut unter den Einheimischen.⁶⁰ Der Wassermangel ist zudem ein wiederkehrendes Problem, welches mal mehr, mal weniger stark ausgeprägt ist. Jedoch sind Einwohner Mallorcas dadurch natürlich immer verärgerter über den Anstieg an Touristen.⁶¹

⁵⁸ vgl. Bremer 2019. 5.

⁵⁹ ebd. 17.

⁶⁰ vgl. Neuroth, Mallorca - so voll wie nie 2016

⁶¹ vgl. Bremer 2019 3.

Bei den Demonstrationen 2017 sowie 2018 war eine der Hauptforderungen der Mallorquiner, dass man die Urlauberzahlen beschränken müsse. Die steigenden Touristenzahlen würden immer mehr Müll verursachen und durch zahlreiche Mietwagen für Staus auf den Straßen sorgen. Neben den Müllmassen an den Stränden und in der Stadt seien die Strände außerdem komplett überfüllt. Doch auch generell die Straßen und die Innenstädte seien überladen, sodass Einheimische sich im Alltag nicht mehr vernünftig voran bewegen könnten. Die Veranstalter der Demonstration wiesen des Weiteren auf die Umweltschäden durch die hohe Zahl der Mietwagen und Kreuzfahrtschiffe hin. Zudem seien die Bewohner der Insel durch massiv steigende Mietpreise betroffen, da viele Wohnungsbesitzer ihre Wohnungen eher an Touristen vermieten würden als langfristig an Einheimische.⁶²

Der Wohnungsmarkt auf Mallorca ist sehr angespannt. Obwohl Airbnb 2018 eine Studie veröffentlicht hat, die sogar besagt, dass die Vermietung der privaten Unterkünfte für Mallorca von Vorteil sei, gibt es unter den Einheimischen immer mehr Unmut über diese Art der Vermietung. Auf Mallorca herrscht eine große Wohnungsnot aufgrund der Ferienvermietungen, die dem normalen Mietmarkt nicht mehr zur Verfügung stehen. Zudem finden Immobilienspekulationen statt und ein weiterer Effekt der Vermietung von privaten Unterkünften ist die Gentrifizierung mehrerer Stadtviertel in der Hauptstadt Palma.⁶³ Tatsächlich ist es so, dass die Mietpreise in den letzten Jahren stark angestiegen sind, sodass viele Einheimische sich die Mieten nicht mehr leisten können. Laut Angaben der Organisation Terraferida gab es auf der Insel tatsächlich Fälle von gewerblicher Vermietung, bei denen ein Anbieter über 900 Unterkünfte veröffentlicht hatte.⁶⁴

Ein weiteres Problem der einheimischen Bevölkerung ist das Ungleichgewicht zwischen Tourismuswachstum und Lohnanpassung im Tourismusbereich. In Mallorca gab es im Jahr 2018 immer wieder massive Demonstrationen von

⁶² vgl. Neuroth, Proteste gegen Massentourismus 2017

⁶³ vgl. Mallorca Zeitung 2018

⁶⁴ vgl. Bremer 2019 18.

Zimmermädchen. Diese beschwerten sich darüber, dass sie immer mehr arbeiten müssten, der Lohn jedoch gleichgeblieben wäre. Für sie hatte sich das Wachstum des Tourismus auf der Insel nicht positiv niedergeschlagen, sondern sogar negativ.⁶⁵ Durch solche Entwicklungen wird der Unmut der Mallorquiner nur weiter geschürt.

Zuletzt bleibt zu sagen, dass die Gesellschaft dem Tourismus gegenüber sehr zwiagespalten ist. Natürlich gibt es auch Teile der Bevölkerung, die von den Auswirkungen nicht so stark betroffen sind wie andere. Dennoch stellt sich bei manchen Einwohnern ein Gefühl der Überfremdung ein. Dies liegt zum Teil auch daran, dass sich manche Angebote scheinbar nur noch oder aber präferiert an Touristen richten. So gibt es auf der Insel beispielsweise Restaurants, in denen die Speisekarten nur auf Deutsch sind. Dies führt wiederum zu Ärger und Unmut bei Mallorquinern, da sie sich in ihrer eigenen Heimat fremd fühlen.⁶⁶

3.3 Destination Berlin

Die Hauptstadt Deutschlands hat sich seit der Wende als Metropole touristisch stetig weiterentwickelt und ist seit den 1990er Jahren, spätestens jedoch seit den 2000er Jahren, zu einem touristischen Hot Spot geworden. Im Vergleich der Städte in Europa in Bezug auf die Besucherzahlen liegt Berlin seit einigen Jahren stets weit oben.

Die Vielseitigkeit der touristischen Angebote Berlins machen die Stadt für viele verschiedene Zielgruppen interessant. Berlin steht für Urbanität, Freiheit, gilt als grüne Stadt am Wasser und hält für unterschiedlichste Personengruppen und Urlaubertypen attraktive Sehenswürdigkeiten und Angebote bereit.⁶⁷

⁶⁵ vgl. Bremer 2019 14.

⁶⁶ ebd. 15.

⁶⁷ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 19

Nicht nur die Besucherzahlen Berlins wachsen, auch die Zahl der Einwohner hat über die letzten Jahre stark zugenommen. Berlin ist als Destination für Touristen attraktiv, aber auch immer anziehender für Unternehmen und Menschen, die nach Berlin umsiedeln wollen. Dadurch sieht sich die Stadt in einem ständigen Wachstum. In Berlin leben mittlerweile 3,6 Millionen Menschen. Auf diese Einwohnerzahl kamen im Jahr 2017 ca. 13 Millionen Touristen und über 30 Millionen Übernachtungen.⁶⁸

3.3.1 Entstehung von Overtourism

Burkhard Kieker, seit 2009 Geschäftsführer von visitBerlin, hat auf dem fw Destination Germany Day im Januar 2016 das erste Mal über das Thema Overtourism in Berlin gesprochen. Zu diesem Zeitpunkt war vielen Menschen, auch aus der Tourismusbranche, der Begriff noch sehr neu. Genau drei Jahre später, im Januar 2019, hat er erneut zu dem Thema gesprochen und im Rahmen dessen Berlins neues Tourismuskonzept mit ersten Lösungsansätzen vorgestellt.⁶⁹

Im Jahr 2017 lag Berlin auf dem dritten Platz im Ranking der europäischen Städte nach Anzahl der Touristenübernachtungen in gewerblichen Betrieben, hinter London und Paris (vgl. Abbildung 11, Ranking der europäischen Städte nach Anzahl der Touristenübernachtungen in gewerblichen Betrieben im Jahr 2017 (in Millionen)). Hierbei ist anzumerken, dass es sich dabei lediglich um die Übernachtungen im Hotelgewerbe handelt und private Übernachtungen sowie Übernachtungen über Anbieter wie Airbnb in dieser Statistik nicht berücksichtigt sind. Da diese Übernachtungsformen jedoch einen nicht unerheblichen Teil der gesamten Übernachtungszahlen ausmachen, ist es notwendig, diese nicht außer Acht zu

⁶⁸ vgl. Kieker 2019

⁶⁹ vgl. Pracht, Tourismus richtig steuern 2018

lassen. Zudem spielt Airbnb für die Tourismusentwicklung in Berlin eine entscheidende Rolle, denn es werden immer mehr private Zimmer und ganze Wohnungen über diese und ähnliche Plattformen angeboten.

Aufschlussreich ist weiterhin die Tourismusintensität, die Informationen darüber gibt, auf wie viele Einwohner wiederum wie viele Touristen kommen. In Berlin hat die Tourismusintensität zwischen 1992 und 2017 eine gewaltige Entwicklung erlebt. In den 1990er Jahren lag die Tourismusintensität immer unter 3000 Übernachtungen je 1000 Einwohnern. Im Jahr 2000 wurde die 3000-Marke erstmals überschritten. Seit 2002 ist die Tourismusintensität jedes Jahr angestiegen, lediglich von 2016 zu 2017 gab es einen sehr geringen Rückgang. Dennoch hat sich die Anzahl der Übernachtungen zwischen 2005 und 2017 etwas mehr als verdoppelt auf etwa 8700 Übernachtungen auf 1000 Einwohner (vgl. Abbildung 12, Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) in Berlin von 1992 bis 2017). Dieses große Wachstum bleibt für die Stadt natürlich nicht ohne Folgen.

Auch 2018 konnten die Übernachtungszahlen in Berlin erneut einen Rekord brechen. Im ersten Halbjahr in diesem Jahr wurden 15,3 Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben gezählt – dies entspricht den Übernachtungszahlen vom ganzen Jahr 2005.⁷⁰

Es handelt sich bei den Besuchern nicht nur um ausländische Touristen, sondern auch der Binnentourismus spielt im Berlin-Tourismus eine große Rolle. Viele Touristen kommen mit dem Motiv nach Berlin, Spaß zu haben, feiern zu gehen, etwas zu erleben. Berlin ist eine kreative und spannende Stadt und wird insbesondere von jüngeren Reisenden als „Party-Metropole“ gesehen. Zudem gilt Berlin – im Vergleich zu anderen europäischen Metropolen – nach wie vor als

⁷⁰ vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2018

relativ günstiges Reiseziel. Dieses Image der Stadt sorgt dafür, dass besonders die jüngeren Reisenden angesprochen werden.

Obwohl Berlin – auf Einwohnerzahlen und die Fläche bezogen – eine große Stadt ist, so gibt es dennoch Grenzen für viele Einheimische, was die Touristen angeht. Im Jahr 2011 gab es eine Veranstaltung der Partei Bündnis 90/Die Grünen im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, die sich „Hilfe, die Touris kommen!“ nannte (vgl. Abbildung 7, Einladung zur Veranstaltung „Hilfe, die Touris kommen!“). Im Rahmen dieser Veranstaltung beschwerten sich die Einwohner des Bezirks lautstark über den zunehmenden Ansturm und das Verhalten der Touristen. Manche der Anwohner wurden während der Veranstaltung laut und die Stimmung drohte immer wieder zu kippen, da unter den Einheimischen große Frustration herrschte. Diese Veranstaltung sorgte dafür, dass Berlin das erste Mal nicht mehr als weltoffene Stadt, die Touristen willkommen heißt, galt. Dies wurde damals in den Medien auch entsprechend kommuniziert.⁷¹ In den darauffolgenden Monaten und Jahren fand man immer wieder Aufkleber in besonders beliebten Hot Spots für Touristen, z. B. am Schlesischen Tor, auf denen Sprüche wie „No Tourists!“ oder „Keen Herz für Touris“ standen. Es lässt sich beobachten, dass in einigen Kiezen in Berlin immer größerer Unmut gegenüber den Touristen entsteht.

Im Jahr 2018 gab es erneut Gegenwind gegen die Entwicklung des Berliner Tourismus auf einer Veranstaltung der Partei Bündnis 90/Die Grünen im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Die Einheimischen auf der Veranstaltung beklagten sich über die Auswüchse des Tourismus und den fehlenden Eingriff durch den Senat. Die Anwohner des Bezirks fanden es besonders fatal, dass seit Jahren deutlich ist, dass in bestimmten Kiezen Overtourism besteht, jedoch keine Änderungen durchgesetzt wurden.⁷²

Die Berliner demonstrieren immer wieder gegen neue Projekte, die sich hauptsächlich an Touristen richten sollen, so z. B. gegen die aktuell geplante „Coral World“, die vorrangig für Besucher Berlins entstehen soll und wichtigen

⁷¹ vgl. Zantout 2019 3.

⁷² vgl. Bath 2018

Raum für Wohnungen in der Stadt einnehmen wird. Anwohner des Bezirks demonstrierten daraufhin im Januar 2019 mit Plakaten gegen den Ausverkauf der Stadt. Sie sind der Meinung, dass Berlin keine weiteren Hot Spots für Touristen benötigt und die Belange der Einheimischen relevanter sein sollten.⁷³

Diese Beispiele zeigen, dass der Unmut der Bevölkerung in einigen Teilen Berlins bereits über Jahre hinweg besteht und der Overtourism auch in Berlin ein wichtiges – und vor allem nicht zu unterschätzendes – Problem für Teile der Einheimischen darstellt.

3.3.2 Auswirkungen des Overtourism

Das beispiellose Wachstum des Tourismus in Berlin bringt nicht nur Vorteile mit sich. Einwohner in den beliebten Kiezen nahe den Partymeilen und Club-Landschaften klagen über Lärm bis in die Nacht, Müll und respektloses Benehmen der Touristen. Sie fühlen sich durch die Touristen belästigt und in ihrer Lebensqualität eingeschränkt. Es gibt immer häufiger Fälle von achtlos auf den Boden geschmissenen Mülls und Flaschen über öffentliches Urinieren in Hauseingängen bis hin zu betrunkenen, nachts grölenden Besuchern, die die Anwohner wachhalten. In machen Kiezen muss die Berliner Stadtreinigung öfter als gewöhnlich eingesetzt werden, um den Müll zu beseitigen – auf Kosten der Anwohner.⁷⁴

In besonders beliebten Kiezen Berlins kann man außerdem beobachten, dass sich die Gewerbestruktur nach und nach verändert. Da sich immer mehr Gewerbe auf touristische Angebote spezialisieren, empfinden die Einheimischen diese Entwicklung als Nachteil für sich selbst, da die Angebote des alltäglichen Bedarfs dadurch weniger werden. Das Problem dieser Entwicklung der

⁷³ vgl. Klages 2019

⁷⁴ vgl. Schwarze 2019 17.

Gewerbestructur besteht darin, dass diese Orte fast nur noch ausschließlich für Touristen interessant sind. Wenn jedoch mehrere Kieze oder beliebte Orte in der Stadt diese Entwicklung vollziehen, droht eine Standardisierung, wodurch die touristisch beliebten Orte mit der Zeit an Attraktivität verlieren.⁷⁵ Zudem bewirkt diese sich verändernde Infrastruktur, dass die Anwohner für Einkäufe des alltäglichen Bedarfs in andere Gebiete fahren müssen, da es diese Geschäfte bei ihnen nicht mehr gibt. Doch nicht nur Drogeriemärkte oder Supermärkte verschwinden aus den beliebten Kiezen, u. a. müssen auch Kinderläden nach und nach schließen, die für die Nachbarschaft von hoher Wichtigkeit sind.⁷⁶

Diese Auswirkungen gelten teils auch für Wochenmärkte in der Stadt, die für Touristen als zunehmend attraktiv wahrgenommen werden, da sich auf den Märkten das „local life“ entdecken lässt. Dies betrifft beispielsweise den Wochenmarkt im Kollwitzkiez in Berlin-Prenzlauer Berg. Der Wochenmarkt wird immer reizloser für die Anwohner des Kiezes, da die Marktstände mit Produkten und Angeboten des alltäglichen Bedarfs den Marktständen mit Souvenirs oder Essen zum direkten Verzehr weichen mussten. Somit besuchen die Kiezbewohner immer weniger den Markt, dafür vermehrt Touristen.⁷⁷

Diese Auswirkungen stehen in engem Zusammenhang mit neueren touristischen Wohnformen wie privaten Unterkunftsanbietern. Diese Privat- und Sharing-Vermieter machten in Berlin 2017 etwa 4,7 Millionen Übernachtungen aus, davon allein 2,7 Millionen über den Marktführer Airbnb.⁷⁸ Der Wohnungsmarkt Berlins ändert sich aufgrund der hohen Nachfrage an privat vermieteten Unterkünften, sodass das Problem des bezahlbaren Wohnraums in der Stadt durch solche Plattformen weiter verstärkt wird. Diese Entwicklung bekräftigt den Unmut der Einheimischen gegenüber Touristen, selbst wenn diese, neben Immobilienspekulanten und Investoren, nur einen Teil des Problems ausmachen.

⁷⁵ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 27

⁷⁶ vgl. Schwarze 2019 16.

⁷⁷ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 32

⁷⁸ ebd. S. 14

Immer häufiger kann man beobachten, dass Mieter in Häusern wohnen, in denen mehrere Wohnungen als Ferienwohnungen genutzt werden, sodass ein normales Wohnen teils nicht möglich ist. Es ist in den beliebten Bezirken Berlins zum Regelfall geworden, dass die Vermietung privater Unterkünfte nicht nur zeitweise stattfindet, sondern dass diese sich zu einem Geschäftsmodell entwickelt hat. Es gab sogar bereits Fälle, dass beim Erwerb von Eigentumswohnungen empfohlen wurde, diese für einen gewissen Zeitraum als Ferienwohnung zu vermieten, damit man den Kredit schneller zurückzahlen könne, weil durch diese Vermietung über Airbnb und ähnliche Anbieter ein Vielfaches an Geld zu verdienen sei.⁷⁹

Generell ist zu beobachten, dass sich die Übernachtungszahlen – im gewerblichen sowie privaten Bereich – sehr stark auf bestimmte Bezirke konzentrieren. Die Bezirke Mitte, Charlottenburg-Wilmersdorf sowie Friedrichshain-Kreuzberg machen fast 75% der gewerblichen Übernachtungen und Bettenkapazitäten aus, die Tendenz ist sogar steigend. Zudem gibt es bereits bestehende Planungen für weitere Hotels, ebenfalls in diesen Bezirken, sodass man für diesen Konzentrationsprozess ein weiteres Wachstum prognostizieren kann. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich auch im Bereich der privat gebuchten Unterkünfte.⁸⁰ Daher verstärkt sich der Overtourism in genau diesen Bezirken Berlins, wobei in anderen Stadtteilen die Anzahl der Touristen kein Problem darstellt. Es lässt sich deutlich erkennen, dass eine starke Diskrepanz unter den verschiedenen Stadtteilen existiert. Dementsprechend ist das Gefühl der Einwohner gegenüber den Touristen durchaus unterschiedlich (vgl. Abbildung 8, Einwohner/-innen und Übernachtungsintensität 2016).

visitBerlin, welches die Organisation für das Tourismus- sowie Kongressmarketing in Berlin ist, hat im Jahr 2016 bei der Info GmbH eine Studie in Auftrag gegeben, die sich mit den Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus bzw. der Stimmung der Einheimischen gegenüber dem Tourismus beschäftigt.

⁷⁹ vgl. Schwarze 2019 7.

⁸⁰ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 19

Bei dieser Befragung kam heraus, dass es in den Stadtteilen, die eine besonders hohe Übernachtungsintensität, sowohl in gewerblichen als aus privaten Unterkünften, aufweisen, sich eher vom Tourismus gestört oder eingeschränkt fühlen. Im Bezirk Mitte, in dem die meisten Unterkünfte vorhanden sind, fühlt sich fast die Hälfte aller Einheimischen durch den Tourismus eingeschränkt bzw. gestört. Auch in Kreuzberg, einem weiteren Bezirk mit einer hohen Anzahl an Unterkünften, steht jeder Dritte dem Tourismus negativ gegenüber, da er sich durch diesen gestört fühlt (vgl. Abbildung 9, Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus 2016). Diese Studie basiert auf Daten von 2016. Da die Touristenankünfte und Übernachtungszahlen seitdem weiterhin gewachsen sind, ist davon auszugehen, dass man bei einer erneuten Umfrage unter den Einheimischen mit einer noch höheren Unzufriedenheit rechnen muss.

Generell kann man in Berlin feststellen, dass ein wichtiger Punkt des als störend empfundenen Tourismus mit dem Verhalten der Touristen zu tun hat und dies besonders in der Stadtmitte sowie dem Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Das häufig respektlose Verhalten, welches oft leider auch von Einheimischen vorgelebt wird, kann man besonders im Nachtleben feststellen. Jedoch fehlt teils auch der nötige Respekt, wenn es um geschichtliche Bauwerke oder Plätze geht, so z. B. am Denkmal für die ermordeten Juden Europas, welches mittlerweile eher zu einem Platz zum Klettern und Selfies schießen verkommen ist anstatt als eine Gedenkstätte zu fungieren.

4 Handlungsempfehlungen für das Management ausgewählter Destinationen mit Overtourism

Im Destinationsmanagement hat man die Möglichkeit, in den unterschiedlichsten Dimensionen Maßnahmen gegen den Overtourism zu ergreifen. Die nachfolgenden Punkte behandeln die Handlungsempfehlungen für das Management betroffener Destinationen. Diese Handlungsempfehlungen sind in sechs verschiedene Dimensionen aufgeteilt, nämlich die politische, die sozio-kulturelle, die ökologische, die ökonomische, die technologische sowie zuletzt die rechtliche Dimension. Diese Aufteilung in die unterschiedlichen Handlungsfelder erfolgt in Anlehnung an die PESTEL-Analyse, welche zu den bekanntesten Tools im strategischen Management gehört. In der PESTEL-Analyse wird der politische (political), der wirtschaftliche (economic), der sozio-kulturelle (social), der technologische (technological), der ökologische (environmental) sowie der rechtliche (egal) Faktor betrachtet.⁸¹

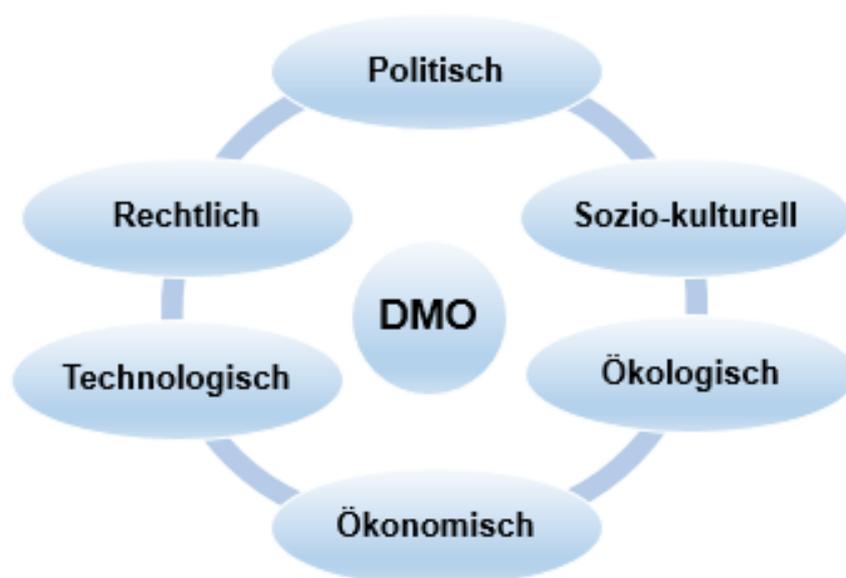


Abbildung 1: Handlungsfelder DMOs (eigene Darstellung)

⁸¹ vgl. Theobald 2016

Bei der Betrachtung der verschiedenen Dimensionen sei zu beachten, dass sich die Handlungsempfehlungen auf den unterschiedlichen Ebenen jedoch auch überschneiden können, da sie eng miteinander verflochten sind. Zudem ist sicherlich nicht jede Empfehlung für jede Destination anwendbar, weshalb in den nachfolgenden Unterkapiteln auch Beispiele genannt werden, um den Praxisbezug herzustellen.

4.1 Politische Dimension

Die politische Dimension spielt im Destinationsmanagement eine grundlegende Rolle für den Erfolg einer Destination. Hierzu zählen z. B. politische Reglementierungen sowie Selbstverpflichtungen der Leistungsträger in einer Destination.⁸² Die politische Dimension ist eng verbunden mit der rechtlichen Dimension (s. 4.6 Rechtliche Dimension).

Der Erfolg einer touristischen Destination ist mit der Aufgabe verbunden, die Besucherströme zu lenken und sie achtsam zu behandeln. Dies bedeutet, dass im Extremfall in einer Destination Kontingente geschaffen werden müssen, um die Qualität des Tourismus aufrechterhalten zu können. Michael Frenzel, Präsident des BTW, hat auf dem 21. Tourismusgipfel 2018 in Berlin bereits Forderungen an die Politiker gestellt. Denn die Rahmenbedingungen für die Destinationen müssen stimmen. So fordert er u. a. Korrekturen der Wettbewerbsbedingungen im Luftverkehr, einen politischen Rahmen für die Plattformökonomie sowie eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes. Die Politik in Deutschland hat eine nationale Tourismusstrategie bereits vorgestellt, jedoch bezieht sich diese in großen Teilen auf die Barrierefreiheit und Qualitätsoffensiven in der Branche. Laut Frenzel ist dies längst nicht genug, um als zukünftige Strategie im Tourismus zu funktionieren. Die deutsche Tourismusbranche ist seiner Aussage nach daher bereits selbst in der

⁸² vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 295

Entwicklung einer Tourismusstrategie, die langfristig angelegt ist. Eckpunkte dieser Strategie werden Anfang 2019 bekannt gegeben, im Jahr darauf soll das Konzept entwickelt sein.⁸³ Wichtig ist neben der Erstellung eines Tourismuskonzepts für Deutschland jedoch auch eine funktionierende Strategie für den globalen Tourismus, denn die globale Tourismuspolitik spielt eine immer entscheidendere Rolle.

In Berlin wurde im Jahr 2017 von visitBerlin, als Tourismusorganisation für das Stadtmarketing Berlins zuständig, sowie der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe eine Studie in Auftrag gegeben, mit der sich die dwif Consulting GmbH und die Humboldt-Innovation GmbH beschäftigt haben. Diese Studie soll die Basis für ein neues Tourismuskonzept 2018+ in Berlin sein, bei dem großer Wert auf Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit gelegt werden soll. visitBerlin stand, als Spezialist für den Berlin-Tourismus, den Projektteilnehmern als Berater zur Seite und hat hierbei Informationen zur Stadtentwicklung und Erfahrungswerte einfließen lassen.⁸⁴ In diesem neuen Tourismuskonzept, welches erste Lösungsansätze im Destinationsmanagement bieten soll, hat visitBerlin eine neue Rolle zugeschrieben bekommen. Zukünftig wird visitBerlin für die einzelnen Bezirke wie eine Unternehmensberatung tätig sein. Dadurch soll es möglich sein, die einzelnen Bezirke innerhalb Berlins bei der Vermarktung der touristischen Angebote gezielt zu unterstützen.⁸⁵ Ein Ziel des Tourismuskonzepts ist die Entzerrung der Besucherströme von den touristischen Hot Spots auf die weniger frequentierten Außenbezirke.⁸⁶ Hierbei ist allerdings fraglich, wie diese Verteilung auf die touristisch weniger interessanten Bezirke funktionieren soll. Aktuell ist dies in der Planung und genauere Maßnahmen und Ideen müssen 2019 ausgearbeitet werden.⁸⁷

Auch in Hamburg hat man die Wichtigkeit verstanden, die einheimische Bevölkerung in die Gestaltung miteinzubeziehen. Dort wird mittlerweile noch

⁸³ vgl. Münck 2018

⁸⁴ vgl. Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2018

⁸⁵ vgl. Pracht, Tourismus richtig steuern 2018

⁸⁶ vgl. Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2018

⁸⁷ vgl. Zantout 2019 7.

verstärkter mit den Bezirksämtern zusammengearbeitet, auch, um das touristische Potenzial der bisher weniger touristisch erschlossenen Stadtteile zu fördern. Doch neben dem Dialog mit den Bürgern vor Ort ist es unabdingbar, dass die Tourismuswirtschaft auch in die Entscheidungsprozesse der Politik und Verwaltung einbezogen wird. In Hamburg wurde für das Destinationsmanagement eine eigene Abteilung gegründet, in der im Jahr 2018 bereits fünf Mitarbeiter in Vollzeit angestellt waren. Dies war ein weiterer wichtiger Schritt für die Zusammenarbeit zwischen dem Tourismus und der Politik. Man möchte die Mitarbeiter aus dem Tourismus bei Gremiensitzungen der Stadt miteinbinden, da der Tourismus ein großer Wirtschaftsfaktor ist.⁸⁸

In Dubrovnik ist man mittlerweile an der Planung eines Stadtkonzepts. Hier wurde Anfang 2018 vom Bürgermeister Dubrovniks ein dreijähriger Aktionsplan mit dem Namen „Respect the City“ vorgestellt, welcher eine nachhaltige Entwicklung und Verwaltung der Stadt fördern soll. Dieser Plan enthält kurzfristige sowie langfristige Ziele und soll nicht eine reine Strategie für die Tourismusedwicklung darstellen, sondern ein Projekt, das in der Zukunft die Tourismusedwicklung, den historischen Kernmanagementplan und andere strategische Dokumente konsolidieren wird. Das Projekt soll nicht nur von der Stadtregierung geplant und umgesetzt werden, sondern auch unter der Beteiligung der politischen Parteien, Geschäftsleute und Institutionen. Dubrovniks Bürgermeister Franković sieht das Projekt als Plattform für die Zusammenarbeit mit diversen Interessensgruppen vor Ort.⁸⁹

Für Destinationen mit Kreuzfahrthäfen ist es essenziell, eine Reglementierung in Bezug auf die Anzahl der einlaufenden Kreuzfahrtschiffe einzuführen. Der heutige Trend in der Kreuzfahrtindustrie geht zu immer größeren Schiffen, die eine immer höhere Kapazität an Passagieren aufweisen. Dadurch haben Destinationen mit Kreuzfahrthäfen zwangsläufig ein wachsendes Problem, wenn sie keine Reglementierung für Kreuzfahrtschiffe in den Häfen durchsetzen.

⁸⁸ vgl. Pracht, Hamburg Tourismus will Gäste in unbekannte Bezirke locken 2018

⁸⁹ vgl. Društvo prijatelja dubrovačke starine | City walls Dubrovnik 2018

Besonders kleine Hafenstädte wie Dubrovnik oder Venedig werden nahezu von den Reisenden überrannt. Vor wenigen Jahren sahen Destinationen mit Kreuzfahrthäfen es noch als großen Vorteil und Erfolg an, wenn viele Kreuzfahrtschiffe in ihren Häfen einliefen. Heutzutage hat sich diese Betrachtungsweise stark geändert, sodass man über Reduzierungen der Kreuzfahrtschiffe in den Häfen nachdenkt. Da die Reiseveranstalter und Reedereien die Routen schon weit im Voraus planen, d. h. meist zwischen einem und zwei Jahren vor Reisebeginn, müssen die Destinationen beachten, dass bis zur Realisierung solch einer Änderung tatsächlich noch mehrere Monate vergehen, in denen sich die Auswirkungen des Overtourism weiterhin verstärken können.

Der Bürgermeister Dubrovniks, Mato Franković, hat solche Pläne für seine Heimatstadt bereits durchsetzen können. Er stellte sein Konzept Anfang 2018 vor, nachdem er im Januar desselben Jahres bereits Vereinbarungen mit den großen Kreuzfahrt-Veranstaltern getroffen hatte.⁹⁰ Laut seiner Planung soll während der Saison 2019 jeweils nur noch ein Schiff im Hafen liegen und nicht mehrere gleichzeitig, so wie es im Jahr 2018 noch der Fall war. Für das Jahr 2020 ist sogar geplant, dass nur maximal zwei Schiffe pro Tag in Dubrovniks Hafen einlaufen.⁹¹ Durch die Beschränkung auf zwei Schiffe pro Tag möchte Franković die Zahl der Kreuzfahrtpassagiere auf 5000 am Tag reduzieren, was eine Halbierung der aktuellen Zahl der Reisenden von Kreuzfahrtschiffen wäre. Allerdings war selbst im Herbst 2018 noch nicht klar, für welchen Zeitraum diese vom Bürgermeister verkündete Grenze gelten sollte. Auch weitere wichtige Fragen waren zu dem Zeitpunkt noch nicht geklärt, wie z. B., wer über die Zulassung entscheidet oder was mit den bestehenden Verträgen und Vereinbarungen für die weiteren Saisons passiert. Dies sind besonders für die Reedereien sowie auch Geschäftspartner der Stadt Dubrovnik wichtige Themen. Die Reedereien, die von dieser Begrenzung betroffen sind, vertreten die Meinung, dass eine solch gravierende Änderung der Reiseroute mindestens zwei

⁹⁰ vgl. fvw 2018

⁹¹ vgl. Temsch 2018

Jahre Vorlauf benötige, da Dubrovnik für das Geschäft der Reedereien ein sehr wichtiger Hafen ist. Selbst der internationale Verband der Kreuzfahrtunternehmen CLIA hatte im Herbst 2018 noch keine Informationen zu dem Limit erhalten, obwohl die neue Regelung ja bereits ab 2019 greifen soll. Zusätzlich dazu lag zu diesem Zeitpunkt keinerlei Beschluss durch beispielsweise den Stadtrat als zuständiges Gremium vor. Das kroatische Fremdenverkehrsamt hatte versucht, nähere Details zu erhalten, was nicht geklappt hatte.⁹²

In Anbetracht dieser genannten Probleme und Unsicherheiten ist es daher wichtig, dass die betroffene Destination mit den verschiedenen Interessensgruppen sowie Vertragspartnern rechtzeitig in den Dialog geht, um eventuelle Unklarheiten frühzeitig klären und beseitigen zu können. Franković hat mit seinem Plan der Begrenzung von Kreuzfahrtpassagieren zwar einen ersten Schritt im Kampf gegen den Overtourism gemacht, jedoch muss diese Reglementierung politisch und vertragsrechtlich vertretbar sein. Sicherlich wird es bei einer Begrenzung der Kreuzfahrtschiffe auch Personengruppen geben, die sich gegen eine Reduzierung der erlaubten Schiffe in Dubrovnik aussprechen. Bis Ende 2018 wurden in Dubrovnik etwa 440 Kreuzfahrtschiffe erwartet. Die Gebühren der Reedereien haben dabei einen erheblichen Anteil an den Einnahmen der Stadt ausgemacht.⁹³

Zudem ist es für Destinationen mit Kreuzfahrthäfen wichtig, dass die Verwaltung über die Stadt bzw. den dortigen Tourismusverband läuft. In Mallorca wird die Hafenverwaltung über die Zentralregierung in Madrid abgewickelt. Hier ist es für die Destination natürlich vorteilhaft, wenn man diese in die Hand der mallorquinischen Inselregierung geben könnte, denn so sind die Geschicke der Destination besser kontrollierbar und eher zugunsten der Einheimischen.⁹⁴

Es gibt jedoch auch Stimmen, die Kreuzfahrtschiffe als Ursache von Overtourism abstreiten. So z. B. Neil Palomba, der Präsident von Costa Cruises, der sich

⁹² vgl. Birkner und Krane 2018

⁹³ ebd.

⁹⁴ vgl. Bremer 2019 12.

gegen die steigende Kritik gegen die Reedereien wehrt. Er ist der Ansicht, dass sich die durch verschiedene Reiseveranstalter organisierten Kreuzfahrten nur gering auf die jeweiligen Destinationen und die Gegebenheiten vor Ort auswirken, da der Anteil der Kreuzfahrtpassagiere teils sehr klein ist im Verhältnis zur gesamten Touristenzahl, und die Destinationen hier verantwortlich seien für eine langfristige Lenkung. Die Reiseveranstalter könnten und sollten die Destinationen, die ohnehin bereits zu viele Touristen beklagen, jedoch insoweit unterstützen, dass Landausflüge nicht nur in den überlaufenen Orten angeboten werden, sondern auch in andere Orte, die weniger bekannt oder besucht sind und teilweise etwas weiter entfernt liegen.⁹⁵

Andere Reiseveranstalter, wie die Konzerne Thomas Cook und TUI, nehmen sich beim Thema Overtourism selbst auch mit in die Verantwortung. Man müsse die Flüge sinnvoll steuern, Saisonverlängerungen anstreben, um die Touristen besser zu verteilen, und effiziente Transfers anbieten. Stefanie Berk, Chefin von Thomas Cook in Deutschland, sowie Fritz Jousen, TUI-Chef, legen großen Wert auf eine gute und enge Kooperation mit regionalen Politikern der Destinationen und Initiativen zur Nachhaltigkeit. Aktuelle Projekte zwischen den Reisekonzernen und Destinationen seien unter anderem „sustainable Food“, bei dem mit regionalen Anbietern gearbeitet wird, sowie „Wertvolles Wasser“, aber auch Landausflüge in Kooperation mit Partnern vor Ort.⁹⁶ Allerdings ist es fraglich, ob diese Projekte, die durchaus einen nachhaltigen Gedanken haben, zur Bekämpfung des Overtourism beitragen. Denn das Problem des Overtourism auf politischer Ebene ist es eher, die Anzahl bzw. Konzentration der Touristen zu reduzieren und dabei alle Stakeholder miteinzubeziehen. In den Projekten der TUI und von Thomas Cook geht es jedoch vielmehr darum, die Kooperation mit lokalen Anbietern auszubauen.

Der Geschäftsführer von Carnival Cruises, Arnold Donald, hält die Reduzierung der Kreuzfahrtschiffe im Hafen von Dubrovnik für sinnvoll und glaubt an den

⁹⁵ vgl. touristik aktuell 2018

⁹⁶ ebd.

Erfolg dieser Maßnahme. Die Kreuzfahrtbranche – die oft als Verursacher von Overtourism bezeichnet wird – würde damit zeigen, wie man dem Massentourismus und Overtourism begegnen könne. Seiner Ansicht nach sei die Maßnahme des Bürgermeisters von Dubrovnik durchaus auch für die Reedereien und Reiseveranstalter nicht nachteilig, denn die Kreuzfahrtpassagiere selbst wollten nicht in Destinationen fahren, die bereits von Touristen überlaufen sind. Donald als Präsident eines großen Unternehmens in der Kreuzfahrtbranche möchte in verschiedenen Destinationen mit den Verantwortlichen zusammenarbeiten, um eine ähnliche Regelung wie in Dubrovnik zu erreichen.⁹⁷

Die mallorquinische Regierung hat im Jahr 2017 beschlossen, die Zahl der Touristen auf der Insel durch neue Gesetze zu begrenzen. Bei einer Umfrage zu dieser Thematik gaben 68% der über 1000 befragten Deutschen an, dass sie diesen Plänen zustimmen würden. Jede fünfte Person lehnte die Pläne der Regierung ab (vgl. Abbildung 13, **Was halten Sie von dem Plan der mallorquinischen Regierung, die Zahl der Touristen durch neue Gesetze zu begrenzen?**). Diese Statistik zeigt jedoch, dass die Reisenden selbst – und auch die Deutschen, deren beliebtestes Reiseziel Mallorca ist – größtenteils Verständnis für die Maßnahmen der überlaufenen Destinationen haben. Die Regierung Mallorcas hat durch die immer wiederkehrenden Proteste der Inselbewohner mittlerweile verstanden, dass die zunehmenden Touristenmassen vermehrt Probleme mit sich bringen und dadurch politische Maßnahmen nicht zu vermeiden sind. Daher wurde der Beschluss über die Obergrenze für Touristen getroffen. Der Bürgermeister Palmas, Antoni Noguera, hat in der Sommersaison 2018 verkündet, die Anzahl der Gästebetten von zu der Zeit 440.000 auf 320.000 zu reduzieren. Diese Zahl bezieht sich auf ganz Mallorca. Für Palma allein würde dies einen Wegfall von 15.000 Gästebetten bedeuten.⁹⁸

⁹⁷ vgl. fvw 2018

⁹⁸ vgl. Geißler 2018

Zudem hat die mallorquinische Regierung im Jahr 2018 die bereits vorhandene Tourismusabgabe für Übernachtungen verdoppelt. Die Tourismusabgabe wurde 2016 eingeführt und bedeutete bis 2018, dass Besucher, die in einem 5-Sterne-Hotel übernachteten, pro Person und Nacht zwei Euro zahlen mussten, in günstigeren Unterkünften waren pro Person und Nacht 50 Cent fällig. Im Zeitraum von November bis April wurde die Tourismusabgabe halbiert. Die Änderung der Tourismusabgabe im Jahr 2018 bedeutete außerdem, dass ab sofort auch Kreuzfahrtpassagiere eine Abgabe bezahlen mussten. Dies war vorher nur dann der Fall, wenn die Passagiere länger als zwölf Stunden auf der Insel verweilten. Laut Biel Barceló, dem Tourismusminister, solle mithilfe des eingenommenen Geldes eine Förderung von nachhaltigen Projekten unterstützt werden. Durch diese Förderung sollen die Umweltfolgen des Tourismus abgeschwächt werden. Jedoch sehen Akteure der Tourismusbranche, darunter Reiseveranstalter und Hoteliers, die Erhöhung der Tourismusabgabe als nicht sinnvoll an. Die Abgabe hätte bisher keine Verbesserung erreicht, weder im touristischen noch im sozialen Bereich.⁹⁹ Daher sollten sich Destinationen, die eine solche Tourismusabgabe einführen, unbedingt rechtzeitig überlegen, für welche Projekte das Geld konkret eingesetzt werden soll. Wenn nicht offensichtlich und klar genug kommuniziert wird, wohin die Gelder fließen, kann es zu Problemen innerhalb der Branche kommen.

Eine weitere Möglichkeit, dem Overtourism politisch entgegen zu wirken, ist eine Beschränkung der privat vermieteten Ferienunterkünfte. Da Plattformen wie Airbnb oder Wimdu einen großen Einfluss auf die Veränderung des Stadtbildes durch Touristen haben, sollte jede betroffene Destination die Auswirkungen solcher Anbieter überprüfen. Große Reiseveranstalter wie TUI und Thomas Cook sehen Portale wie Airbnb als größten Verursacher des Phänomens Overtourism. Dies liege daran, dass diese Plattformen das Geschäft mit Reisenden in vielen Destinationen verändern würden und neben dem Problem, dass den Einheimischen Wohnraum weggenommen werde, zusätzlich auch indirekt die

⁹⁹ vgl. Tagesschau 2017

Mieten verteuern würden. Insgesamt würde sich die Infrastruktur der Destinationen, vor allem der Städte, dadurch verändern. Dadurch, dass viele Unterkünfte ohne eine offizielle Genehmigung vermietet würden, fielen keine Steuern oder Gebühren an.¹⁰⁰

In Berlin wurde bereits 2014 ein sogenanntes Zweckentfremdungsverbot von Wohnraum eingeführt. Damit sollte Wohnraum vor Zweckentfremdung durch z. B. Abriss oder Leerstand und der Umwandlung in Ferienwohnungen oder Gewerberäume geschützt werden. Da dieses Zweckentfremdungsverbot jedoch nicht den erwarteten Effekt hatte und beispielsweise die privaten Vermietungen über Airbnb weiterhin anstiegen, wurde das Zweckentfremdungsverbot im Frühjahr 2018 per Gesetz verschärft, z. B. durch eine Erhöhung der Bußgelder bei Verstößen gegen das Gesetz.¹⁰¹ Der Senat möchte es den Berlinern zwar erleichtern, ihre Unterkünfte anzubieten, aber lediglich als Homesharing-Modell und weniger zur privaten Vermietung an Touristen. Durch die Verschärfung des Gesetzes zur Zweckentfremdung haben es einige Gastgeber nun durchaus schwieriger, ihren Wohnraum zu vermieten, denn ab dem 01.08.2018 wurden viele Gastgeber dazu verpflichtet, eine Registrierungsnummer in den Anzeigen auf Airbnb vorzuweisen. Wer sich keine Genehmigung und Registrierungsnummer einholt, der muss mit sehr hohen Strafen rechnen.¹⁰² Für bestehende sowie potenzielle Gastgeber auf solchen Plattformen ist dieses Zweckentfremdungsverbot in Berlin mit der Erneuerung eine Abschreckung aufgrund der hohen Bußgelder und des erhöhten Aufwands. Zudem fallen allein für die Einholung der Genehmigung Gebühren an. Doch genau diese Änderung und die damit verbundenen Folgen für die Gastgeber können für eine Destination mit Overtourism eine Verbesserung der Situation darstellen. In Berlin sind seit der Verschärfung des Gesetzes die Vermietungen an Touristen über Airbnb tatsächlich bereits zurückgegangen. Obwohl der Anbieter bemängelt, dass der Senat mit der Erneuerung des Gesetzes auch die Gastgeber abschreckt, die

¹⁰⁰ vgl. touristik aktuell 2018

¹⁰¹ vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2018

¹⁰² vgl. Ksienrzyk 2018

lediglich Homesharing betreiben möchten, hält der Senat bisher an der Regelung fest.¹⁰³ Bis sich die Preise auf dem Wohnungsmarkt tatsächlich ändern, wird es noch einige Zeit dauern, denn dies ist ein langfristiger Prozess. Der erste Schritt, das Angebot auf der Plattform einzuschränken, wurde getan. Laut Julian Schwarze, dem Fraktionsvorsitzenden der Partei Bündnis 90/Die Grünen im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, sei die Verschärfung des Zweckentfremdungsgesetzes in den Bereichen Leerstand und Abriss durchaus ein Erfolg, denn hier könne man bereits Auswirkungen feststellen. Jedoch im Bereich der Ferienwohnungen stehe Berlin noch immer vor dem Problem, dass viele Wohnungen weiterhin illegal angeboten würden und diverse Gastgeber sich nicht anmeldeten. Seiner Meinung nach müsste Airbnb diesbezüglich für mehr Transparenz sorgen, jedoch habe es auf Anfragen von Bezirksämtern seitens Airbnb keine Rückmeldung gegeben, wenn Daten angefragt wurden.¹⁰⁴

Auch auf Mallorca hat die Inselregierung ein Gesetz erlassen, welches die Zahl der privat vermieteten Unterkünfte eindämmen soll. Wer sich nicht an das Gesetz hält, den erwarten, so wie auch in Berlin, hohe Strafen. Auf Mallorca muss man als Gastgeber von Airbnb nun eine Lizenz beantragen und pro Bett eine bestimmte Gebühr bezahlen.¹⁰⁵

Neben der Registrierungspflicht der Anbieter auf Plattformen wie Airbnb könnte die Regierung weitere Pflichten einführen, die den Boom von Anbietern der Sharing-Economy etwas eindämmen könnten. Dies wäre z. B. eine Zertifizierungspflicht im Hinblick auf Barrierefreiheit oder eine Brandschutzpflicht. Generell bedeutet dies, dass Anbieter von solchen privaten Unterkünften die gleichen Rechte und Pflichten wie gewerbliche Anbieter haben sollten.¹⁰⁶ Die Politik müsste noch mehr Einflussmöglichkeiten bekommen in Bezug auf Anbieter wie Airbnb.

¹⁰³ vgl. Stössel 2018

¹⁰⁴ vgl. Schwarze 2019 8.

¹⁰⁵ vgl. Bremer 2019 5.

¹⁰⁶ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 62

Das Destinationsmanagement muss sich außerdem mit dem vorhandenen Mobilitätsangebot und Verkehrsnetz auseinandersetzen, um dem Overtourism auch hier entgegen zu wirken. Es ist unerlässlich, das Verkehrsangebot und das Netz der öffentlichen Verkehrsmittel stets zu überwachen und ggf. auszubauen. Man kann Touristenströme durch eine geschickte Planung des Verkehrsnetzes und der Erreichbarkeit entzerren. Wenn auch die weniger besuchten Gebiete ideal erreichbar sind, so entscheiden sich die Touristen eher dazu, auch diese zu besuchen. Ansonsten könnte die Tendenz der Touristen dahin gehen, dass sie lediglich an den Hot Spots bleiben und die weniger frequentierten Orte oder Ecken auch weiterhin kaum besucht werden.¹⁰⁷

Um negative Auswirkungen durch Touristenmassen in den touristischen Hot Spots in Destinationen zu vermeiden, ist es zudem unabdingbar, ein Konzept für Reisebusse einzuführen. Dies ist z. B. in Dubrovnik ein ernst zu nehmendes Problem, da dort diverse Parkplätze für Reisebusse fehlen und diese für Stau in der Stadt sorgen sowie für unnötige Emissionen. Gleiches gilt für Berlin, denn auch hier fehlen in der Innenstadt ausreichend Parkplätze für Reisebusse, sodass auch hier dringend ein Reisebuskonzept benötigt wird, um die Verkehrsinfrastruktur nicht weiter zu belasten.¹⁰⁸ Ende 2019 soll im wiederaufgebauten Berliner Schloss das Humboldt Forum eröffnen, welches – allein aufgrund der Lage – einen neuen touristischen Hot Spot darstellen wird – Parkplätze für Reisebusse gibt es allerdings bisher nicht, welche von der Stadt Berlin genehmigt werden müssten.¹⁰⁹

Die Billigfluglinien und -gesellschaften, die immer weiterwachsen, verstärken den Overtourism in manchen Destinationen. So wäre es für besonders hoch frequentierte Destinationen, z. B. Mallorca, durchaus sinnvoll, die Anzahl der Starts und Landungen zu reduzieren. Dies würde eine Verknappung des Angebots bedeuten und letztlich weniger Touristen in der Destination.¹¹⁰

¹⁰⁷ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 63

¹⁰⁸ vgl. Schwarze 2019 16.

¹⁰⁹ vgl. Kieker 2019

¹¹⁰ vgl. Bremer 2019 24.

Zusätzlich wäre es eine Möglichkeit, das Kerosin der Flugzeuge zu besteuern, sodass ein fairer Wettbewerb zwischen den Verkehrsmitteln besteht. Aktuell wird der Bahnverkehr nachteilig behandelt gegenüber dem Flugverkehr, da diese Reiseform besteuert wird.¹¹¹ Doch auch hierfür muss die Politik miteingebunden werden.

4.2 Sozio-kulturelle Dimension

Die Entwicklung des globalen Tourismus hat auf die sozio-kulturelle bzw. gesellschaftliche Dimension einen großen Einfluss. Das Destinationsmanagement muss sich daher zwingend auch mit diesem Faktor auseinandersetzen. Hierbei sind Punkte wie die Erhaltung selbst bestimmter kultureller Dynamik oder die Demokratisierung gesellschaftlicher Entwicklung außerordentlich wichtig.¹¹² Das Destinationsmanagement hat die Aufgabe, das kulturelle sowie soziale Gefüge einer Destination zu erhalten und die Gästezufriedenheit im Blick zu behalten. Immer wichtiger werden außerdem KPIs, die qualitativ gemessen werden können, z. B. die Zufriedenheit der Einheimischen bzw. Stimmungsbilder der Bürger einer Destination.

Destinationen müssen sich immer mehr darüber bewusst werden, dass es ihre Aufgabe ist bzw. sie dafür Sorge tragen, einen verträglichen Tourismus zu entwickeln und aufrechtzuerhalten. Auch wenn das Phänomen Overtourism zunehmend in Städten vorzufinden ist, beschäftigt das Thema auch viele kleinere Orte, die erfolgreich sind im Tourismus und dies auch weiterhin bleiben möchten. Eine gesunde und nachhaltige Tourismusedwicklung funktioniert ohne die Beteiligung der Einheimischen nicht, da die Bürger enorme Kraft entwickeln können, wenn es darum geht, neue Projekte im Tourismus zu verhindern. Es ist daher essentiell, die einheimische Bevölkerung in Gestaltungsprozesse

¹¹¹ vgl. Schwarze 2019 16.

¹¹² vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 293

einzubinden.¹¹³ Es wäre z. B. eine Möglichkeit, einen Bürgerbeirat einzurichten, der als langfristiges und beratendes Gremium den Tourismus sowie die Entwicklung des Tourismus aus Sicht der Einheimischen wiedergibt. Dieser Bürgerbeirat könnte den Tourismus aktiv mitgestalten, indem ein bestimmtes Budget für Projekte bereitgestellt wird, mit dem Aktivitäten umgesetzt werden können, welche für die Einheimischen, aber auch die Touristen ein positives Erlebnis ist.¹¹⁴

Auf der Nordseeinsel Norderney, die ausschließlich vom Tourismus abhängig ist, hat man dieses Konzept bereits erfolgreich umgesetzt. Laut Geschäftsführer des Staatsbads Norderney, Michael Loth, werden die Einheimischen in die Gestaltung des Tourismus eingebunden. Dies gilt sogar für die Kinder; jedes Jahr wird ein Kind der Insel zum Tourismusbeauftragten für die Kinder, die zu Besuch auf die Insel kommen, ernannt. Dieses Kind erhält ein Budget in Höhe von mehreren Tausend Euro, welches es für Angebote im Tourismus speziell für Kinder nutzen kann. Auch sonst werden die Inselbewohner komplett in den Tourismus miteinbezogen. Sämtliches Marketing-Material des Staatsbads Norderney wird mit Einheimischen ausgestellt und gedruckt, es werden keinerlei Models genutzt. Daher herrschen unter den Einwohnern eine hohe Tourismusakzeptanz sowie eine enge Verbindung zum Tourismus. Loth sieht die Einbeziehung der Gäste jedoch als genauso wichtig an, denn auch diese werden in das Tourismusmarketing für die Insel eingebunden, sodass die Besucher für die Belange der Einheimischen sensibilisiert werden und sich gleichzeitig mehr mit der Destination verbunden fühlen.¹¹⁵

In Berlin wiederum ist eine Idee des Tourismuskonzepts 2018+, die Einheimischen für die Entwicklung gemeinschaftlicher Kampagnen mit Sharing-Plattformen wie Airbnb zu gewinnen. Die Bürger hätten dadurch die Möglichkeit,

¹¹³ vgl. fvw 2018

¹¹⁴ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 53

¹¹⁵ vgl. Loth 2019

die Touristen für ihre soziale Verantwortung zu sensibilisieren.¹¹⁶ Dies ist bisher noch nicht umgesetzt worden, stellt dennoch einen durchaus innovativen und spannenden Ansatz dar. Hierfür müssen die Einwohner jedoch erst überzeugt werden, was sich als nicht allzu einfach erweisen dürfte, da die Stimmung gegenüber den Sharing-Plattformen bisher eher negativ erscheint.

Die Akteure vor Ort werden in manchen Destinationen bereits gefördert – aber auch gefordert – in Bezug auf die Beteiligung am Tourismus. Dies bedeutet, dass sie sich mit ihrem Profil beschäftigen und herausarbeiten, für welche Zielgruppe ihr Produkt interessant sein könnte. Durch zusätzliche Bürgerbeteiligung können vor Ort stärker touristische Kompetenzen aufgebaut werden. Es ist wichtig, dass nicht nur die Qualität der Besucher während des Aufenthalts gesteigert wird, sondern auch die Lebensqualität in der Stadt.¹¹⁷ Einen für die Einwohner verträglichen Tourismus zu schaffen, setzt daher zwangsläufig die Einbindung dieser voraus. Die Einheimischen einer Destination kennen die Angebote und Infrastrukturen ihrer Destination, sodass sie Kenntnis darüber haben, an welchen Stellen es Möglichkeiten zur Steigerung der Lebensqualität gibt, aber auch zur Steigerung der Erlebnisqualität für die Touristen. Die Bürger einer Destination können im Zuge dessen sogar als „Frühwarnsystem“ für aufkommende Erscheinungen von Überlastung oder wachsendem Overtourism fungieren.¹¹⁸ In Berlin bemüht man sich bereits seit einigen Jahren um einen verstärkten Austausch mit den Einheimischen. Hierbei sollen nicht nur potenzielle Problembezirke in Bezug auf den Overtourism thematisiert werden, sondern der Austausch soll auch für beispielsweise Empfehlungen als Kommunikationskanal genutzt werden.¹¹⁹

In Destinationen, in denen das Verhalten der Touristen zur Problematik wird, wie z. B. öffentliches Urinieren oder Müllverschmutzung, ist ein rasches Gegensteuern unabdingbar. Die Infrastruktur muss auf die hohen

¹¹⁶ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 53

¹¹⁷ vgl. Pracht, Hamburg Tourismus will Gäste in unbekannte Bezirke locken 2018

¹¹⁸ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 43

¹¹⁹ vgl. Zantout 2019 7.

Touristenzahlen angepasst werden, z. B. durch mehr öffentliche Toiletten, mehr Mülleimer und eine häufigere Straßenreinigung, die nicht zu Kosten der Anwohner gehen darf, denn dies würde den Unmut gegenüber den Reisenden nur fördern. Durch solche Maßnahmen würden sich nicht nur die Besucher wohler fühlen, sondern vor allem auch die Einheimischen. In Berlin wird dies aktuell umgesetzt, sodass die Reinigungskosten nicht mehr von den Anwohnern getragen werden müssen.¹²⁰

Destinationen, die ihre Einheimischen bisher nicht in die Tourismusentwicklung in der jeweiligen Destination miteingebunden haben, sollten dies daher so schnell wie möglich nachholen und den Dialog zwischen Akteuren des Tourismus und den Einwohnern suchen und stetig ausbauen. Nur dann ist das Destinationsmanagement zukunftsfähig aufgestellt.

4.3 Ökologische Dimension

Der ökologische Faktor spielt nicht nur im Destinationsmanagement, sondern global und in den verschiedensten Bereichen eine wichtige Rolle. Im Destinationsmanagement bedeutet die Betrachtung des ökologischen Faktors, dass die touristischen Akteure wirtschaftlich und sozial handeln unter Rücksichtnahme auf die Grenzen der Natur.¹²¹ Dies bedeutet, dass die natürlichen Ressourcen einer Destination erhalten und geschützt werden müssen.

Im Sommer 2018 wurde von der mallorquinischen Regierung beschlossen, dass man gegen die Massen von Müll vorgehen muss. Als ersten Schritt werden ab dem Jahr 2020 Einweg-Produkte aus Plastik verboten. Mehrere Hotels auf der Insel hatten ein Verbot von Plastikstrohalmen bereits im Jahr 2018 eingeführt.¹²² Dies kann ein erster wichtiger Schritt sein, um die Touristen im Hinblick auf die

¹²⁰ vgl. Schwarze 2019 17.

¹²¹ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 293

¹²² vgl. Geißler 2018

Wirkung auf die Umwelt zu sensibilisieren. Zudem wäre es sicherlich denkbar, dieses Verbot auch auf andere Destinationen auszuweiten, die von zu viel Müllmassen betroffen sind. Zusätzlich hat die Regierung auf Mallorca eine Kampagne aufgelegt, die sich „Nachhaltige Inseln“ nennt. Diese wurde ins Leben gerufen aufgrund der 2016 eingeführten Ökosteuer, die jeder Tourist zahlen muss, der auf die Insel kommt. Die Ökosteuer wird für verschiedenste Projekte eingesetzt, u. a. für den Ausbau von Wander- oder Radwegen und deren Förderung, die Erhaltung und den Wiederaufbau wertvoller architektonischer Gebäude oder Investitionen in den Umweltschutz, z. B. für die Erhaltung sauberen Wassers. Die Regierung auf Mallorca versucht den Touristen anhand der Kampagne die Ökosteuer zu erklären und sie für die Wichtigkeit des ökologischen Faktors zu sensibilisieren. Hotels legen die Broschüren zu dem Thema aus, es gibt Flyer und eine Website zu dieser Kampagne. Der Bürgermeister von Palma lädt außerdem ausländische Residenten an einen Runden Tisch ein, um diese ebenfalls ins Boot zu holen, die Kampagne bekannter zu machen und die gemeinsamen Kräfte zu vereinen. Selbst der Hoteliersverband auf Mallorca, der anfangs gegen die Einführung der Ökosteuer war, hat sie mittlerweile akzeptiert und unterstützt sie sogar.¹²³ Dies ist aus Sicht der Destination ein geschickter Schachzug, denn so kann man mit den Einheimischen in den direkten Dialog gehen und gleichzeitig die Touristen über die Kampagne erreichen.

Als weitere Möglichkeit, um die Auswirkungen des Overtourism auf die Umwelt abzumildern, können Destinationen eine Tourismusabgabe einführen. Dies wurde bereits in Punkt 4.1 Politische Dimension aufgegriffen. Wichtig ist hierbei jedoch, die Tourismusabgabe tatsächlich für nachhaltige Projekte einzusetzen, die der Destination helfen, den negativen Effekt des Tourismus auf die Umwelt und Natur abzuschwächen. Es wäre daher z. B. denkbar, die Müllentsorgung mit den Einnahmen zu finanzieren bzw. auszuweiten.

¹²³ vgl. Bremer 2019 12.

Auf Mallorca fordern Naturschutzverbände und ökologische Vereinigungen ein Limit für Mietwagen auf der Insel. Dadurch könnte man einen großen Faktor der Umweltbelastung eindämmen, denn Mietwagen sind für Touristen das beliebteste Verkehrsmittel, um sich auf der Insel fortzubewegen.¹²⁴ Es wäre für diese Destination durchaus denkbar, dass hier stattdessen vermehrt Shuttle-Busse eingesetzt werden, z. B. zu beliebten Sehenswürdigkeiten oder Orten. Somit könnten mehrere Touristen in lediglich einem Verkehrsmittel transportiert werden. Dies würde neben dem Effekt der verringerten Umweltverschmutzung zudem bedeuten, dass man dem Stau auf den Straßen vorbeugen könnte. Die mallorquinische Regierung arbeitet momentan an einem Plan, welcher vorsieht, dass Mietwagen nur noch als Elektroautos erlaubt sind. Dies soll in etwa zwei bis drei Jahren umgesetzt werden und würde einen großen Einfluss auf die Ökologie der Insel haben.¹²⁵

Auch in Berlin gibt es mittlerweile ein Programm von der Senatsverwaltung für Wirtschaft zur Umrüstung ausgewählter Hop-On-Hop-Off-Busse. Diese Umrüstung sieht vor, dass die zahlreichen Touristen-Busse weniger Emissionen ausstoßen. Dieses Programm befindet sich in der Planung und soll noch 2019 umgesetzt werden.¹²⁶ Zudem gibt es in Berlin auch in Bezug auf die Emissionen der Ausflugsschiffe und -dampfer Fortschritte. Nachdem freiwillige Maßnahmen nicht funktioniert hatten, wird aktuell geprüft, welche Auflagen oder Verordnungen man bezüglich der Feinstaubfilter umsetzen kann. Die Belastung für die Umwelt aufgrund solcher Schiffe sollte nicht unterschätzt werden.¹²⁷

Durch solche Projekte und Programme würde ein wichtiger Beitrag zum ökologischeren Destinationsmanagement geschaffen werden in der ohnehin sehr feinstaubbelasteten Hauptstadt.

Generell ist es für Destinationen heutzutage immer wichtiger, den ökologischen Aspekt in den Fokus zu rücken, da durch die steigende Anzahl an Touristen

¹²⁴ vgl. Feldmeier 2017

¹²⁵ vgl. Bremer 2019 24.

¹²⁶ vgl. Zantout 2019 10.

¹²⁷ vgl. Schwarze 2019 16.

negative Effekte auf die Umwelt immer stärker ausfallen und diese im schlimmsten Fall nicht umkehrbar sind.

4.4 Ökonomische Dimension

Das Destinationsmanagement in Bezug auf den ökonomischen Faktor bedeutet, dass sich das Wirtschaften der touristischen Akteure in einer Destination an gesellschaftlichen sowie sozialen Bedürfnissen orientiert.¹²⁸ Das Ziel des Destinationsmanagements sollte es in der wirtschaftlichen Dimension sein, die regionale Wirtschaft zu stärken und zur Wertschöpfung beizutragen.

Da der Tourismus in Destinationen, die von Overtourism betroffen sind, ein elementarer Wirtschaftsfaktor ist, muss der Fokus auf die volkswirtschaftlichen Effekte gelegt werden. Es ist unabdingbar, dass das Destinationsmanagement dabei die Relevanz von Wertschöpfung und Qualität berücksichtigt. Hierzu ist es wichtig, dass die Akteure im Tourismus eng miteinander verknüpft arbeiten. Diese Dringlichkeit hat man im neuen Tourismuskonzept für Berlin aufgegriffen, sodass hier ein erster Schritt getan wurde, um die ökonomische Nachhaltigkeit zu stärken.¹²⁹

Ein wichtiger Faktor in der ökonomischen Dimension ist die Produktentwicklung einer Destination. Das Destinationsmanagement umfasst das Marketing für die Destination und sollte eine bestimmte Strategie verfolgen. Man kann z. B. mithilfe einer Marketing-Strategie versuchen, neue Zielgruppen anzusprechen. Dies empfiehlt sich dann, wenn das Außenimage einer Destination verändert werden soll. Hierfür müssen dann neue Produkte entwickelt werden, die anschließend vermarktet werden können, um neue Zielgruppen zu begeistern. Nehme man beispielsweise eine Destination, die größtenteils Party-Urlauber anzieht. Diese Destination könnte Produkte auch für andere Zielgruppen entwickeln, z. B. für

¹²⁸ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 293

¹²⁹ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 37

Kulturinteressierte in einer Stadt oder Naturliebhaber, wenn die Destination landschaftlich ebenfalls sehenswert ist. Durch die Erschließung neuer Zielgruppen und Quellmärkte lässt sich eine höhere Wertschöpfung erreichen.¹³⁰

In Berlin hat sich visitBerlin in Zusammenarbeit mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft als Aufgabe für 2019 vorgenommen, das Thema Qualitätstourismus für Berlin voranzutreiben und vermehrt Marktforschung zu betreiben.¹³¹ Hierbei möchte man ganz neue Zielgruppen erschließen, wie z. B. im Bereich des Gesundheitstourismus, welchen man auf den ersten Blick sicherlich nicht mit der Destination Berlin verbindet. Jedoch gibt es in Berlin für diese Zielgruppe einige Angebote, die man weiter ausbauen und vermarkten möchte. Durch diese neue Zielgruppe lässt sich eine höhere Wertschöpfung erreichen als z. B. durch die Zielgruppe der Party-Touristen.¹³²

Die Insel Mallorca ist besonders zur Hochsaison in den Sommermonaten ein beliebtes und überranntes Urlaubsziel. Um die Touristen besser zu verteilen, ist es daher sinnvoll, die Destination vermehrt auch für die Nebensaison attraktiv zu machen. Daher kann man seit 2018 immer mehr Werbung mit Gästen finden, die von den Vorteilen Mallorcas in den Wintermonaten schwärmen. Die Touristensteuer, die in der Nebensaison sowieso niedriger ist als in der Hochsaison, wurde nicht erhöht, sodass die Touristen dazu bewegt werden sollen, Mallorca auch außerhalb der Sommermonate zu bereisen.¹³³ Der Tourismus auf Mallorca wird mit dem Slogan „Better in Winter“ vermarktet und man konzentriert sich nun zunehmend auch auf die Vermarktung der Nebensaison.¹³⁴ Destinationen können folglich durch gezieltes Marketing die Touristenströme dahingehend lenken, sodass die Urlaubermassen über das ganze Jahr besser verteilt sind.

¹³⁰ vgl. Kieker 2019

¹³¹ vgl. Zantout 2019 19.

¹³² vgl. Kieker 2019

¹³³ vgl. touristik aktuell 2018

¹³⁴ vgl. Feldmeier 2017

Destinationen, die fast vollständig oder gar komplett vom Tourismus abhängig sind, sollten die Relevanz der ökonomischen Dimension keineswegs unterschätzen. Besonders dann, wenn eine Destination vorrangig nur während einer bestimmten Saison besucht wird, ist Vorsicht geboten.

Dubrovnik z. B. ist im Sommer vom Overtourism betroffen, wird in den Wintermonaten jedoch zur Geisterstadt. Dann sind die Straßen leer und die zahlreichen Souvenirshops und Restaurants geschlossen. Das kulturelle Angebot ist nur geringfügig ausgebaut, sodass es insgesamt im Winter sehr trist aussieht für die Wertschöpfung der Destination. Dies wirkt sich natürlich auch auf den Arbeitsmarkt aus, denn es gibt in Dubrovnik außerhalb der Saison kaum bis keine Jobs, weil fast nur der Tourismus Arbeitsplätze bringt.¹³⁵

Dieser Entwicklung können Destinationen nur dann vorbeugen, wenn sie die Saison ausweiten, z. B. durch entsprechende Flüge auch in den Herbst- und Wintermonaten, und für diese Monate entsprechende Angebote schaffen. Dies ist möglich, indem neue Produkte entwickelt und weitere Zielgruppen angesprochen werden. Wenn die Saison entsprechend verlängert, d. h. eine Verteilung der überfüllten Monate der Hochsaison auf die weniger bis kaum besuchten Monate vorgenommen, und der Fokus nicht nur auf Arbeitsplätze im Tourismus gelegt wird, kann man die Attraktivität der Destination steigern, auch für die Einheimischen, für wirtschaftlichen Wohlstand sorgen und dem Overtourism vorbeugen.

4.5 Technologische Dimension

Heutzutage kann man kaum über Overtourism sprechen, ohne dieses Phänomen in Verbindung zu bringen mit den Plattformen Airbnb, Facebook oder Instagram. Die modernen Technologien und Sharing Economies, z. B. in den sozialen Netzwerken, spielen eine wichtige Rolle in der globalen Tourismusedwicklung.

¹³⁵ vgl. Bačić 2017

Doch die neuen Technologien können auch gezielt für nachhaltiges Reisen eingesetzt werden. Die Technologien werden von regionalen oder lokalen Tourismusorganisationen genutzt und sind vielfältig einsetzbar.

In Dubrovnik wird aktuell eine App für die Stadt entwickelt. Mithilfe dieser App kann man in Echtzeit verfolgen, wie viele Touristen sich in der Altstadt aufhalten. Dies kann insoweit helfen, als dass Touristen sich dann eventuell für eine andere Aktivität entscheiden, wenn sie feststellen, dass die Altstadt bereits überfüllt ist.¹³⁶ Damit ist eine Entzerrung bzw. Steuerung der Touristenmassen und außerdem eine Überwachung der Touristenzahlen möglich. Die Stadt-App, die für Dubrovnik benutzt werden soll, lässt sich auch auf Sehenswürdigkeiten ausweiten. Touristische Einrichtungen in den Destinationen haben z. B. die Möglichkeit, die Besucherströme zu lenken oder auch einzudämmen, indem man bestimmte Kontingente für Eintrittskarten vergibt. Dieses sollten die Anbieter der touristischen Leistung dann selbst bestimmen und anpassen können. Zusätzlich könnten die Einrichtungen Online-Reservierungssysteme einführen oder Tickets zu bestimmten Hochzeiten nur vorab online vertreiben.

Auch in Berlin hat man die Relevanz der Technologie verstanden und hat diese daher in das neue Tourismuskonzept integriert. Laut den Akteuren, die bei der Erstellung des Konzepts für einen stadtverträglichen Tourismus mitgewirkt haben, können digitale Tools genutzt werden für die Erhebung, Verarbeitung, Visualisierung sowie Kommunikation von Daten. Diese Tools bieten sich für das Monitoring des Tourismus und der Entwicklung des Tourismus an, z. B. in Bezug auf die Verzahnung quantitativer sowie qualitativer Indikatoren und Erkenntnisse aus unterschiedlichen Quellen. Digitale Informationsquellen sollen für das Monitoring vermehrt genutzt werden, u. a. um das Besucherverhalten in der Destination zu erfassen. Durch solch eine Erfassung ist eine anschließende Regulierung möglich.¹³⁷ Um das Verhalten der Besucher besser einschätzen zu können, sollen hier Mobilfunkdaten von den Mobilfunkanbietern anonymisiert

¹³⁶ vgl. dpa 2018

¹³⁷ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 48

gekauft werden, sodass man anhand dieser die Besucherströme analysieren und anschließend lenken kann.¹³⁸ Mithilfe solcher Daten lässt sich dann auch feststellen, wo tatsächlich Ballungen stattfinden, die entzerrt werden müssen, oder was für Auswirkungen Veranstaltungen auf die Destination haben und wie Wegebeziehungen sind.¹³⁹

In Berlin gibt es die App „Going Local“, die 2019 überarbeitet wird. Mithilfe dieser App werden die Außenbezirke Berlins, die weniger von Touristen frequentiert sind, in den Fokus gestellt. Die App kommuniziert dementsprechend nicht nur die touristischen Angebote, die bereits von vielen Touristen genutzt werden, sondern hilft bei der Entzerrung der Besucherströme.¹⁴⁰

Der Fraktionsvorsitzende der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Berliner Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg kann sich als weitere Handlungsempfehlung eine weitere Nutzung von mobilen Apps vorstellen. So könnte man Besucherströme, z. B. bei der Nutzung von Google Maps oder ähnlichen Apps auf der Suche nach Sehenswürdigkeiten, bewusst in bestimmte Richtungen lenken bzw. Routenverläufe vorgeben. Dadurch wäre es seiner Meinung nach möglich, Wohngebiete bewusst zu umgehen, die Touristen ansonsten eventuell angezeigt worden wären, ohne zu wissen, dass es sich um ruhige Wohngebiete handelt. Dies würde nicht unbedingt einen Umweg für die Touristen bedeuten und außerdem den Touristenverkehr aus ruhigeren Wohngebieten in belebtere Straßen verlagern bzw. umlenken.¹⁴¹

Diese gezielte Nutzung von Apps befindet sich im Destinationsmanagement noch relativ am Anfang. Es gibt zwar erste Denkansätze und Vorschläge, jedoch wurde bisher noch nicht viel umgesetzt, sodass man bisher noch nicht von Lösungen sprechen kann.

In der Destination Stuttgart hat sich die Tourismusorganisation Stuttgart-Marketing GmbH, geleitet vom Geschäftsführer Armin Dellnitz, z. B. zur Zeit des

¹³⁸ vgl. Kieker 2019

¹³⁹ vgl. Zantout 2019 24.

¹⁴⁰ ebd. 24.

¹⁴¹ vgl. Schwarze 2019 16.

Weihnachtsmarktes im Jahr 2018 in der Stadt an Technologien bedient und um den Weihnachtsmarkt herum Illuminationen in der Stadt verteilt, die von der DMO aus gesteuert werden konnten. Dadurch konnte man die Besucherströme gezielt in die Gegenden der Illuminationen lenken, was von den Besuchern sehr gut angenommen wurde. Es wurden z. B. bestimmte Sehenswürdigkeiten als Lichtobjekte ausgestellt, die zu jeder vollen Stunde Musik abspielten, und bestimmte Straßen wurden abwechslungsreich beleuchtet.¹⁴² Diese Idee könnte sicherlich auch für Destinationen, die vom Overtourism betroffen sind, funktionieren, um die Besucher besser zu verteilen. Hierfür würde man solche Technologien in den Gebieten einsetzen, die weniger frequentiert werden, und damit für die Touristen einen Anreiz schaffen, diese eher zu besuchen.

Die Technik muss jedoch auch insoweit genutzt werden, dass eine digitale Infrastruktur in der ganzen Destination gegeben ist. Dies gilt für Destinationen, in denen nur bestimmte Plätze oder Gebiete von Overtourism betroffen sind. Oft sind besonders diese Orte digital gut ausgestattet, die weniger frequentierten Teile der Destination weniger. Auch dies spielt für den Overtourism eine große Rolle, denn durch eine flächendeckende funktionierende digitale Infrastruktur haben die Touristen keinen Nachteil, wenn sie in die weniger touristisch beliebten Orte oder Gebiete der Destination kommen. Es ist wichtig, die komplette digitale Infrastruktur über die ganze Destination wettbewerbsfähig aufzustellen. In der heutigen Zeit, in der die neuen Technologien, Medien und Künstliche Intelligenz immer signifikanter werden, kann man auch so einen Beitrag zur Eindämmung des Overtourism leisten.¹⁴³

4.6 Rechtliche Dimension

Zuletzt muss man die Handlungsempfehlungen auch in der rechtlichen Dimension betrachten. Akteure im Destinationsmanagement haben in der Regel

¹⁴² vgl. Dellnitz 2019

¹⁴³ vgl. dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017 S. 45

keine Möglichkeit, rechtliche Steuerungsmaßnahmen durchzusetzen. Daher müssen sie andere Elemente zur Steuerung finden, um diese anwenden zu können. Diese Steuerungselemente kann man als hart oder weich bezeichnen. Harte Steuerungselemente sind z. B. Mittel, die nur von staatlichen Akteuren eingesetzt werden können und einen direkten verbindlichen Effekt haben. Als Beispiel für harte Steuerungselemente kann man u. a. Gesetze und Verordnungen als Kontroll- und Lenkungsinstrumente nennen sowie Abgaben und Steuern als fiskalische Instrumente. Im Gegensatz dazu stehen die weichen Steuerungselemente, die neben staatlichen Akteuren auch von Akteuren des Destinationsmanagements eingesetzt werden können. Als weiche Steuerungselemente zählen freiwillige Selbstverpflichtungen sowie Mess- und Indikatorensysteme als unterstützende Systeme, aber auch Weiterbildungs- und Informationsmaßnahmen. Freiwillige Selbstverpflichtungen können u. a. freiwillige Rechenschaftsberichte und Auditierungen sowie Verhaltenscodexe sein, unterstützende Instrumente sind z. B. öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eine Verkehrsinfrastrukturentwicklung.¹⁴⁴

Es ist im Destinationsmanagement notwendig, dass das Handeln im rechtlichen Rahmen möglich ist. Die rechtliche Dimension birgt die Gefahr, dass Akteure aus dem Destinationsmanagement behindert werden, andererseits ergeben sich durch dieses Handlungsfeld auch neue Möglichkeiten. Die rechtliche Dimension ist in Bezug auf alle anderen Dimensionen wichtig, besonders in Bezug auf die politische, um Maßnahmen durchzusetzen und Handlungsempfehlungen zu realisieren.

In Amsterdam hat man massive Maßnahmen getroffen, um dem Overtourism entgegenzuwirken. Wohnungen dürfen mittlerweile nur noch maximal 30 Tage im Jahr an Urlauber vermietet werden, damit den Einwohnern mehr Wohnraum zur Verfügung steht. Außerdem wurde im Stadtzentrum ein Verbot für neue Hoteleröffnungen verhängt.¹⁴⁵ Doch die Regierung in Amsterdam hat weitere

¹⁴⁴ vgl. Rein und Strasdas 2017 S. 305 f.

¹⁴⁵ vgl. fvw 2018

Maßnahmen getroffen; seit September 2017 dürfen des Weiteren keine Geschäfte mehr eröffnen, die sich hauptsächlich an Touristen richten.¹⁴⁶ Auch in Barcelona hat der Stadtrat einen Plan verabschiedet, der die Hotels im Stadtzentrum einschränkt. Dies bedeutet im Speziellen, dass in bestimmten Gegenden der Stadt keine neuen Hotels genehmigt werden, auch dann nicht, wenn ein anderes schließt. Dieser sogenannte Städtische Bebauungsplan für touristische Unterkünfte wurde bereits Anfang 2017 umgesetzt.¹⁴⁷ Damit befand sich Barcelona als erste europäische Stadt, die den Bau neuer Hotels einschränkt, in einer Vorreiterrolle für andere Destinationen.

Wichtig ist es für die Akteure im Destinationsmanagement und in der Politik, dass bestimmte rechtliche Rahmenbedingungen gegeben sind, um solche Gesetze durchzusetzen. In Berlin z. B. wäre das Konzept wie in Barcelona ebenfalls sinnvoll für bestimmte überrannte Bezirke. Besonders in den Gegenden, in denen die Einheimischen aufgrund der hohen Hoteldichte unzufrieden sind, sollte man einen Stopp neuer Hotels einführen. Es gibt hier durchaus Vertreter in der Politik, die ein solches Konzept für sinnvoll und für den Tourismus förderlich halten, weil man dadurch das bewahren kann, warum die Touristen in die jeweilige Destination kommen. Jedoch ist es in manchen Ländern schwieriger, solche Gesetze durchzusetzen, als wiederum in anderen Ländern. In Deutschland wäre ein Verbot von sogenannten „Touristenshops“, so wie es in Amsterdam eingeführt wurde, z. B. nicht möglich, da das Gewerberecht ein anderes ist.¹⁴⁸

Zudem müsste die Bundesregierung, wenn man beim Beispiel Berlin bleibt, diese Regelungen auf Bundesebene einführen. Bisher tut diese jedoch das Gegenteil, denn statt einer Regulierung oder der Möglichkeit der Einflussnahme der Akteure in der Destination wird der Bau neuer Hotels sogar gefördert. Auch das Baurecht in Deutschland ist z. B. nicht so geregelt wie in den Niederlanden oder Barcelona.

¹⁴⁶ vgl. Graue 2017

¹⁴⁷ vgl. Wochenblatt – Die Zeitung der Kanarischen Inseln 2017

¹⁴⁸ vgl. Schwarze 2019 15.

In Deutschland muss man erst noch Instrumente einführen, um u. a. das Baurecht zu ändern.¹⁴⁹

Anhand dieser Informationen ist es für das Management einer Destination essenziell, sich mit den jeweiligen rechtlichen Verordnungen und Gesetzen auseinanderzusetzen und sich hier um die Bemühung einer Gesetzesänderung in Verbindung mit der Politik zu verbinden, sofern notwendig. Es ist im Zuge dessen außerdem von hoher Priorität, dass die politischen Akteure in der Destination die DMOs unterstützen und nicht gegen sie arbeiten. In Berlin z. B. wurde bereits vor mehreren Jahren ein Hotelentwicklungsplan entwickelt, der auch in den Koalitionsvertrag aufgenommen wurde und als Ziel auch im neuen Tourismuskonzept erfasst und im Abgeordnetenhaus beschlossen wurde, allerdings fehlt die Umsetzung bisher noch.¹⁵⁰

Letztlich muss sich jede DMO der Relevanz der mietrechtlichen, städtebaulichen sowie baurechtlichen Instrumente bewusst sein, diese soweit wie möglich einsetzen und falls noch nicht vorhanden, sich für Gesetzesänderungen beratend einsetzen.¹⁵¹

¹⁴⁹ ebd.

¹⁵⁰ vgl. Schwarze 2019 12.

¹⁵¹ ebd. 13.

5 Overtourism aus Expertensicht ausgewählter Destinationen

5.1 Methodische Vorgehensweise

Für diese Arbeit bot es sich an, mit der qualitativen Forschungsmethode zu arbeiten. Dies erschien als sinnvoll und passend, da man anhand der qualitativen Forschung die bereits aufgestellten Hypothesen überprüfen können würde und es zudem möglich wäre, wertvolle Informationen zu der Forschungsfrage zu gewinnen. Bei der Methode der qualitativen Forschung werden meist nicht-standardisierte Daten erhoben und diese mit speziellen Verfahren, die nicht statisch sind, analysiert. In dieser Arbeit wurde mit Interviews gearbeitet, sodass hier eine Erhebung nicht-standardisierter Daten erfolgt ist. Die qualitative Forschung hat sich besonders bei komplexen Zusammenhängen und Fragestellungen als sinnvoll erwiesen und auch in dem Fall, wenn man daran interessiert ist, tiefe Einblicke über einen Forschungsgegenstand zu gewinnen.¹⁵²

Zu Beginn dieser Arbeit wurde bereits kurz darauf eingegangen, dass das Phänomen Overtourism noch relativ neu ist. Dementsprechend existiert zu dieser Thematik nur wenig bis keine Fachliteratur, mit der man hätte arbeiten können. Aus diesem Grund war es relevant, mit der qualitativen Forschungsmethode zu arbeiten, denn besonders dann, wenn es noch nicht allzu viel Vorwissen zu einer Thematik gibt, ist diese Forschungsmethode ein hilfreicher Ansatz.

Für die vorliegende Arbeit wurde die Methode der Experteninterviews gewählt. Akteure aus den Bereichen Tourismus und Politik zu interviewen, könnte einen großen Erkenntnisgewinn sowie wertvolle Insider-Informationen bedeuten. Durch diese neutrale Art der Befragung könnte man an das Wissen der Experten

¹⁵² vgl. MH Scan & Print GmbH 2019

gelangen, um dieses konstruktiv in die Arbeit einzubauen. Die Experteninterviews wurden als Leitfadenterview geplant. Diese Methode der qualitativen Forschung bedeutet, dass man einen Leitfaden während des Interviews vorliegen hat, der als Orientierungshilfe, aber auch Gedächtnisstütze dient. Der Vorteil eines Leitfadenterviews ist es, dass man den Befragten ausreichend zu Wort kommen lassen kann. Leitfadenterviews zeichnen sich außerdem durch Offenheit und Flexibilität aus.¹⁵³ Dies setzt natürlich voraus, dass lediglich offene Fragen gestellt werden. Gleichzeitig bedeutet dies, dass beim Experteninterview, welches durch einen Leitfaden gestützt ist, man als Interviewer unbedingt darauf achten muss, die Offenheit und Flexibilität aufrechtzuerhalten. Ansonsten besteht die Gefahr, aus den Interviews nicht genug neue Erkenntnisse oder Informationen zu gewinnen.

Zu Beginn musste die Wahl der jeweiligen Experten getroffen werden. Diese Experten müssten bestimmte Voraussetzungen erfüllen, z. B. im Tourismusbereich in einer Destination arbeiten, die vom Overtourism betroffen ist, oder aber in einer Branche, die mit dem Tourismus und dem Problem des Overtourism in der jeweiligen Destination eng verbunden ist. Zudem wäre es relevant, dass diese Experten neues Wissen vermitteln könnten und einen persönlichen Einblick in die Thematik mitbringen würden. Letztlich war es bei der Wahl der Experten wichtig, an neue Informationen zu gelangen, an die man ohne die Experteninterviews nicht gekommen wäre. Zudem war es auch wichtig, dass die Experten bereits auf einen relativ großen Erfahrungsschatz in Bezug auf die Forschungsfrage mitbringen könnten und eine Entwicklung in der Thematik miterlebt hätten.

Als die Wahl der Experten abgeschlossen war, wurden diese per E-Mail kontaktiert und um Unterstützung bei dieser Arbeit gebeten. In der ersten Anfrage wurde direkt genannt, wie das Thema lautet und aus welchen Gründen man sie gerne als Experten befragen wollen würde. Zudem wurden die Experten darüber informiert, dass das Interview als mitgeschnittenes Telefonat möglich wäre,

¹⁵³ vgl. MH Scan & Print GmbH 2019

alternativ aber auch als schriftliche Form. Präferiert wurde aber ganz eindeutig das telefonische Interview, da man in diesem spontaner reagieren könnte und es generell in Bezug auf die Fragetechnik und den Verlauf offener ablaufen würde. Dies ist ein relevanter Punkt für die qualitative Forschung, damit die Forschungsmethode sich als sinnvoll erweist. Die Experten wurden darüber hinaus direkt darüber informiert, dass die Arbeit nach Abschluss der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden würde.

Sobald eine positive Rückmeldung eines Experten vorlag, wurde ein Termin zum Telefoninterview vereinbart und die ungefähre Zeitspanne mitgeteilt. Zudem wurde vorab ein Leitfaden für das Interview zur Verfügung gestellt, der einen Überblick über die geplanten Fragen enthielt. Dennoch wurde die Option offengelassen, je nach Situation und Gespräch weitere, abweichende Fragen zu stellen, aber auch Fragen zu entfernen, falls diese an anderer Stelle im Gespräch bereits beantwortet wurden oder nicht gewünscht waren.

Bei ausstehenden Rückmeldungen von Experten wurden Reminder verschickt. Teils wurde dann direkt angeboten, die Fragen lediglich schriftlich zukommen zu lassen, falls ein telefonisches Interview nicht möglich sein sollte.

Die Fragen für den Leitfaden wurden nach umfassenden Recherchen und Einlesen in die Thematik erstellt. Es wurden teils die gleichen Fragen für die Experten genutzt, manche Fragen waren jedoch destinationsspezifisch oder auch speziell auf einen Experten zugeschnitten, sodass es hier kleinere Abweichungen gab. Im Großen und Ganzen wurde allerdings darauf geachtet, dass die Experten größtenteils die gleichen Fragen gestellt bekamen, um so im Nachgang zu den Interviews einen Vergleich ziehen zu können. Die Fragen wurden nach Möglichkeit thematisch sortiert, sodass keine allzu großen Sprünge für Verwirrung sorgen würden.

Die telefonischen Experteninterviews wurden anschließend transkribiert und die relevanten Informationen wurden nach und nach herausgearbeitet. Hierbei zeigte sich, dass die gewonnen Erkenntnisse und Informationen in mehreren Kapiteln der Arbeit eingearbeitet werden konnten, so z. B. in Kapitel 3 Entstehung und Auswirkungen von Overtourism in ausgewählten Destinationen bzw. den

Unterpunkten zu der jeweiligen Destination, aber auch in Kapitel 4 Handlungsempfehlungen für das Management ausgewählter Destinationen mit Overtourism und natürlich im Fazit.

Die Interviews mit den Experten wurden erst im späten Bearbeitungsverlauf der Arbeit durchgeführt. Dies liegt darin begründet, dass genug Vorkenntnisse zu den Destinationen und den dortigen Problemen und Herausforderungen in Bezug auf den Overtourism sowie den getroffenen oder geplanten Maßnahmen vorhanden sein mussten, um anschließend auf vergleichbarer Ebene über das Thema kommunizieren zu können.

5.2 Analyse und Interpretation der Experteninterviews

Für die Destination Mallorca wurde ein telefonisches Interview mit Frau Kathrin Bremer geführt. Sie ist für einen Reiseveranstalter auf Mallorca tätig, der Wanderreisen anbietet, und arbeitet als Dozentin für Nachhaltigen Tourismus und Interkulturelle Kommunikation. Sie hat im Jahr 1991 zum ersten Mal als Reiseleiterin bei der TUI auf der Insel gearbeitet und ist in den darauffolgenden Jahren regelmäßig dorthin gekommen. Seit knapp sechs Jahren wohnt sie dauerhaft auf Mallorca in der Hauptstadt Palma. Für Frau Bremer hat der Aspekt des nachhaltigen Tourismus schon immer eine wichtige Rolle gespielt, z. B. in der Forschungsfrage ihrer Diplomarbeit als Geografin („Wandertourismus auf Mallorca. Alternative zum Massentourismus oder absehbarer Nutzungskonflikt?“), welchen sie in ihren Tätigkeiten im Tourismus, aber auch in der Entwicklungszusammenarbeit, immer wieder eingesetzt hat. In Mallorca setzt sie sich ebenfalls politisch ein und sitzt u. a. mit dem Bürgermeister Palmas am Runden Tisch, um beim Austausch der Bürger mitzuwirken und wichtige Themen wie den Tourismus zu besprechen. Diese Gründe haben dazu geführt, dass Frau Bremer als eine wertvolle Expertin für die Forschungsfrage angesehen wurde.

Das Interview mit Frau Bremer war sehr aufschlussreich und interessant. Sie konnte Informationen zum alltäglichen Leben auf Mallorca geben und zu den Einschränkungen, die man im Alltag durch den Overtourism erfährt. Dies war ein

wichtiger Beitrag zu dieser Arbeit, denn eine Schilderung der Situation der Einwohner der Insel war durchaus relevant, um zu erfahren, welche massiven Probleme es bereits vor Ort durch den immer stärker werdenden Overtourism gibt. Sie hat beispielsweise erzählt, dass sie bereits seit dem Umzug auf die Insel das Gefühl hat, dass diese von Touristen viel zu sehr überlastet wird.

Die Kombination aus dem Fachwissen, über welches Frau Bremer im Bereich des nachhaltigen Tourismus verfügt, und der Partizipation an politischen Aktivitäten vor Ort hat Frau Bremer zu einer wichtigen Expertin gemacht. Sie konnte die Stimmungsbilder der Einheimischen auf Mallorca gut wiedergeben und erläutern, was in vorherigen Recherchen zu dem Thema nur durch Zeitungsartikel möglich gewesen war. Diesbezüglich war es daher nützlich, mit ihr das Experteninterview zu führen. Durch ihre persönlichen Schilderungen und Erfahrungen, die sie selbst bereits in Bezug auf Overtourism gemacht hat, konnte man in Kapitel 3.2.2 Auswirkungen des Overtourism noch detaillierter und mit noch mehr Hintergrundwissen die Lage schildern.

Besonders spannend ist außerdem der Fakt, dass Frau Bremer für einen Reiseveranstalter für Wanderreisen arbeitet, der Overtourism jedoch auf diese Sparte keinerlei Auswirkungen hat. Dies bedeutet, dass die steigenden Touristenzahlen nicht analog auf ihren Job anzuwenden sind, denn dort kommen nicht automatisch auch mehr Touristen hin.

Insgesamt kann man festhalten, dass das Experteninterview mit Frau Bremer dazu beigetragen hat, noch weiter in die Thematik einzusteigen. Die Recherchen, die im Vorfeld zum Gespräch getätigt wurden, waren eine wichtige Grundlage für das Interview. In dem Interview wurden die Herausforderungen der Destination Mallorca sowie die Maßnahmen und Handlungsempfehlungen weiter vertieft. Man konnte feststellen, dass die Artikel, die man in der Fachpresse sowie in der allgemeinen Presse findet, durchaus der Wahrheit entsprechen, denn diese konnten durch die Informationen von Frau Bremer untermauert werden. Darüber hinaus hat Frau Bremer aber tatsächlich viele weitere Informationen weitergeben können, die man im Rahmen der Recherche nicht erhalten hat. Dies waren zum einen persönliche Schilderungen aus dem eigenen Umfeld, zum anderen aber

auch Auskünfte zu aktuellen Plänen und Kampagnen der mallorquinischen Regierung.

Für die Destination Berlin wurden zwei Experteninterviews geführt. Das erste telefonische Interview fand mit Frau Nina Zantout statt, die für visitBerlin tätig ist. Dort arbeitet sie in der Abteilung Strategie und Steuerung als Projektmanagerin und gleichzeitig als stellvertretende Leitung des Bereichs. Frau Zantout begleitet das Thema eines Tourismuskonzepts für die Stadt Berlin im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft und ist dort schwerpunktmäßig für die Tourismusedwicklung in Berlin zuständig. Sie lebt seit etwa elf Jahren in Berlin und kann somit auf eine langjährige Erfahrung in der Entwicklung der Stadt zurückgreifen. In ihrer Position war sie an der Entwicklung des neuen Tourismuskonzepts für Berlin, welches 2018 vorgestellt wurde, mitbeteiligt und im Experteninterview wurden viele Punkte dieses Konzepts angesprochen und detaillierter erläutert. Frau Zantout war als Expertin eine große Hilfe, besonders dadurch, dass sie bereits in großem Maße an der Tourismusedwicklung in der Destination beteiligt war und sie sich beruflich damit als Schwerpunkt beschäftigt.

Im Vorfeld wurde das neue Tourismuskonzept für Berlin genauestens aufgearbeitet und anhand dessen Fragen für das Experteninterview gewählt. Da Frau Zantout an dem Konzept mitgearbeitet hat, war sie natürlich auch dafür eine Expertin, sodass sie einige weitere Details zum Tourismuskonzept geben konnte, z. B. wie weit die Planung mancher im Konzept aufgegriffenen Punkte aktuell ist bzw. welche Themen bereits in der Umsetzung sind. Dadurch bekam man Informationen darüber, welche Projekte zurzeit laufen und welche Projekte z. B. für das Jahr 2019 angedacht sind. Zudem bekam man auch generell noch wertvolle Informationen, die in den Recherchen vorher nicht alle bedacht wurden.

Am spannendsten und interessantesten in dem Experteninterview mit Frau Zantout war jedoch, dass sie den Begriff des Overtourism nicht auf Berlin anwenden würde. Im Vergleich mit anderen Destinationen seien die Probleme in Berlin noch nicht so massiv, dass man von Overtourism sprechen könne. Ihrer Meinung nach wurde genau deswegen das neue Tourismuskonzept für Berlin geschaffen, um dem Overtourism früh genug entgegen zu wirken. Diese

Sichtweise ist durchaus spannend, wenngleich sich darüber sicherlich streiten lässt.

Der zweite Interviewpartner für die Destination Berlin war Herr Julian Schwarze. Er wurde als Experte ausgewählt, da er als gebürtiger Berliner seit Jahren gegen den Overtourism in seinem Bezirk in der Stadt kämpft und sich für eine stadtverträgliche Politik, auch in Bezug auf den Tourismus, stark macht. Als Fraktionsvorsitzender der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen in der Bezirksverordnetenversammlung des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg, welches das Bezirksparlament ist, ist er dort in den Ausschüssen für Stadtentwicklung und Wirtschaft tätig. Zusätzlich zu diesen Tätigkeiten arbeitet er auch im politischen Bereich im Abgeordnetenhaus als Referent.

Herr Schwarze war als Experte für die Destination Berlin ein sehr interessanter und spannender Gesprächspartner. Besonders wertvoll war das Gespräch mit ihm durch seine Fachkenntnisse im Bereich des städtischen Baurechts und weiteren baurechtlichen Verordnungen. Diese Informationen wurden in den Recherchen vorab nicht gefunden, waren aber für das Thema und auch die Handlungsempfehlungen durchaus wichtig.

Zudem hat Herr Schwarze einige Informationen zu seinem Bezirk und den dortigen bisher durchgeführten Umfragen unter den Einheimischen zur Verfügung gestellt. Er konnte einen guten Einblick darüber geben, welche Probleme die Anwohner vor Ort haben. Es wurden zwar Artikel zu dem Thema im Rahmen der Recherche gelesen, auch speziell über die belasteten Bezirke Berlins, jedoch waren diese nicht so detailliert.

Insgesamt war es eine sehr gute Entscheidung, Herrn Schwarze als Experten zu befragen, denn er hat zu allen Fragen während des Interviews detaillierte Antworten gegeben und hat darüber hinaus oft noch weitere Informationen parat gehabt.

Für die Destination Dubrovnik ist leider kein Experteninterview zustande gekommen, da sich trotz großer Bemühungen niemand dazu bereit erklärt hat. Es wurden diverse Stellen kontaktiert, so z. B. der seit 2017 regierende Bürgermeister Dubrovniks, Herr Mato Franković, und das Tourismusministerium

der Stadt. Es kam weder ein telefonisches Interview zustande noch wurden Fragen schriftlich beantwortet. Die Destination Dubrovnik wurde dennoch in der Arbeit aufgegriffen, da diese ein wichtiges Beispiel für den Overtourism darstellt. Die durch die Experteninterviews gewonnenen Erkenntnisse können anhand einer SWOT-Analyse verdeutlicht werden.

Die Experten der befragten Destinationen haben die Bemühungen der Regierung und der lokalen Politik als Stärke (= strength) angesehen, denn wenn diese das Destinationsmanagement im Tourismus unterstützen, kann man den Overtourism eindämmen und steuern. Andersherum kann genau das aber zu einer Schwäche (= weakness) werden, wenn die lokale Politik nicht mit dem Destinationsmanagement zusammenarbeitet oder sogar gegen es arbeitet. Eine weitere Schwäche ist zudem, dass nicht alle Ansätze, die im Destinationsmanagement gegen den Overtourism gefunden werden, einfach umgesetzt werden können. Teilweise hängen viele weitere Aspekte an diesen Ansätzen und der Prozess ist sehr kleinteilig.

Was jedoch bei der Analyse der Experteninterviews eindeutig beobachtet werden konnte, ist die Tatsache, dass es großen Handlungsbedarf für Destinationen mit Overtourism gibt. Viele Maßnahmen stehen dabei noch relativ am Anfang, sodass man langfristige Wirkungen noch nicht abschätzen kann. Andere Maßnahmen sind erst in der Planung und teils noch nicht genau definiert. Daran kann man erkennen, dass sich die Destinationen noch nicht allzu

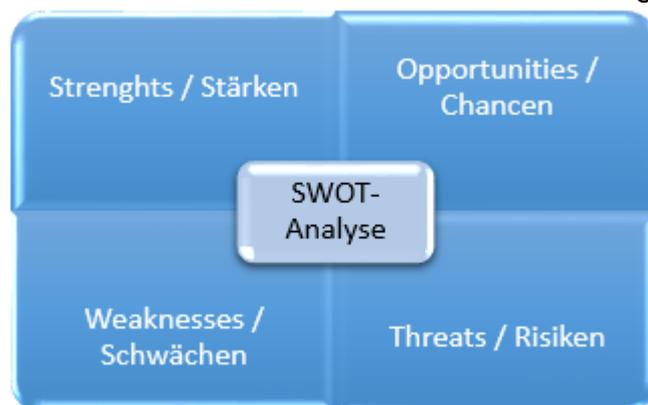


Abbildung 2: SWOT-Analyse (eigene Darstellung)

lange mit dem Thema Overtourism beschäftigen bzw. das Bewusstsein dafür noch verhältnismäßig neu ist. Dies kann man einerseits als Risiko einordnen, da in bestimmten Bereichen noch keine Erfahrungswerte vorliegen. Andererseits könnte dies für Destinationen aber auch eine Chance bedeuten, da das

Bewusstsein für die Problematik sich mittlerweile unvoreingenommen ausbaut und Destinationen sensibilisiert werden.

Teilweise gab es bei den zwei Experten für die Destination Berlin unterschiedliche Ansichten, z. B. was die Regulierungen im Hotelbereich angeht. Frau Zantout ist der Meinung, dass ein Baustopp von Hotels bzw. ein Verbot von neuen Hotels nicht zielführend wäre, wobei Herr Schwarze die Destinationen, die ein solches Verbot bereits durchsetzen konnte, sogar beneidet. Diese zwei unterschiedlichen Ansichten waren sehr spannend. Man könnte einen Baustopp von neuen Hotels in bereits überlasteten Destinationen daher als Chance (= opportunity) für diese ansehen. Eine weitere Chance im Kampf gegen den Overtourism ist die Entwicklung neuer Tourismuskonzepte, die von immer mehr Destinationen aufgegriffen wird. Im Rahmen dieser Konzepte spielt die Technologie oft eine wichtige Rolle, sodass man diesen Aspekt ebenfalls als Chance verstehen kann.

Die Experten waren sich darin einig, dass Anbieter wie Airbnb als kritisch gesehen werden müssen und als Faktor, der den Unmut der Einheimischen in den Destinationen schürt, wenn man keine Obergrenzen schafft, die auch tatsächlich eingehalten werden müssen. Diese Art der Vermietung von Unterkünften kann daher als Risiko (= threat) angesehen werden. Laut Frau Bremer hätte die Einführung von strengeren Regeln von Airbnb auf Mallorca zwar für ein verringertes Angebot auf der Plattform gesorgt, dennoch könne man bisher keine Preisänderungen auf dem Wohnungsmarkt beobachten. Auch die für die Destination Berlin befragten Experten Frau Zantout und Herr Schwarze schätzen die Auswirkungen von Geschäftsmodellen wie Airbnb als kritisch ein, da diese zur Entstehung einer Monostruktur in Berlin beitragen würden. Auch die Billigfluglinien werden als Risiko eingestuft, da diese das extreme Wachstum des Tourismus nur verstärken würden, indem man überall schnell und günstig hinfliegen könne. Frau Bremer und Herr Schwarze stimmen darin überein, dass man Kerosin besteuern müsse, um dadurch einen fairen Wettbewerb mit anderen Verkehrsmitteln zu ermöglichen und den Flugverkehr ein Stück weit einzuschränken.

5.3 Zwischenfazit

Die durchgeführten Experteninterviews haben sich als sinnvoll und nützlich für die Bearbeitung der Thesis und die Vertiefung der Thematik erwiesen. Durch die Gespräche mit den Experten konnten neue Erkenntnisse gewonnen werden. Die Fragen wurden offen gestellt und teilweise haben die Experten in den Antworten auch direkt weiter ausgeholt, sodass Fragen, die eigentlich später hätten gestellt werden sollen, direkt beantwortet wurden. Man hätte hier daher teilweise eventuell die Reihenfolge der Fragen im Vorfeld anpassen müssen. Andererseits hat sich diese Flexibilität nicht als Nachteil erwiesen, ganz im Gegenteil, die Interviews wurden dadurch lebendig.

Die Experten vertreten alle die Meinung, dass der Overtourism keine vorübergehende Erscheinung des modernen Tourismus ist, die sich über die Zeit einpendelt, sobald sich die Einheimischen einer Destination mit der Veränderung des Tourismus abgefunden haben. In den Experteninterviews kam heraus, dass man die Entwicklung des Tourismus auf jeden Fall steuern müsse, um die Destination auch zukünftig attraktiv zu halten, für Besucher und Einheimische.

Was jedoch bei der Analyse der Experteninterviews eindeutig beobachtet werden konnte, ist die Tatsache, dass es großen Handlungsbedarf für Destinationen mit Overtourism gibt. Viele Maßnahmen stehen dabei noch relativ am Anfang, sodass man langfristige Wirkungen noch nicht abschätzen kann. Andere Maßnahmen sind erst in der Planung und teils noch nicht genau definiert. Daran kann man erkennen, dass sich die Destinationen noch nicht allzu lange mit dem Thema Overtourism beschäftigen bzw. das Bewusstsein dafür noch verhältnismäßig neu ist.

6 Fazit

6.1 Zusammenfassende Bewertung

Im Rahmen der Recherchen für diese Arbeit ist immer wieder aufgefallen, dass tatsächlich immer mehr Destinationen mit dem Phänomen Overtourism in Verbindung gebracht werden – seien es europäische Städte wie Paris, Barcelona oder Berlin, Inseln wie Mallorca oder Santorini, aber auch Länder wie Island oder Orte wie Machu Picchu. Man kann daher nicht davon sprechen, dass nur eine bestimmte Art von Destination für den Overtourism prädestiniert ist.

Dennoch muss man feststellen, dass bestimmte Faktoren und Entwicklungen im Tourismus dazu beitragen, dass man von Overtourism sprechen kann. Zu diesen Faktoren gehört zu einem wichtigen Teil die wachsende Bevölkerung auf der Welt im Zusammenhang mit dem steigenden Einkommen. Dieses Wachstum und die Möglichkeit für immer mehr Menschen auf der Welt, globale Reisen zu immer günstigeren Preisen bei gleichzeitig steigendem verfügbarem Einkommen zu unternehmen, führt dazu, dass Urlaubsdestinationen immer mehr Touristen aufnehmen müssen.

Man kann feststellen, dass bedingt durch politische Unsicherheiten oder globale Krisen in bestimmten Gebieten sich die Touristenmassen in bestimmte Destinationen verlagern. Dies konnte man z. B. in den letzten Jahren an Beispielen wie Ägypten, Griechenland oder der Türkei beobachten. Durch dortige Unsicherheiten in der Politik konnte z. B. Spanien, ohnehin beliebt bei Touristen, einen riesigen Anstieg an Urlaubern verzeichnen.

Wie in der Einleitung bereits aufgegriffen wurde, werden die Reisen zudem heutzutage immer günstiger. Die Billigfluglinien führen mittlerweile nicht mehr nur noch Kurzstreckenflüge durch, sondern vermehrt auch Langstreckenflüge. Dadurch wird es für Reisende auch immer einfacher, an weit entfernte Orte zu reisen. Besonders auffällig ist im Zusammenhang mit den heutigen

Reisemöglichkeiten, dass die Destinationen, die besonders gut und günstig erreichbar sind, eher zur Entwicklung zum Overtourism zu neigen. Hierbei seien als Beispiele Mallorca, Berlin, Amsterdam, Dubrovnik, Barcelona oder Rom genannt – allesamt schnell und günstig per Flugzeug zu erreichen. Die Tendenz im Flugverkehr geht in die Richtung, dass immer noch mehr Routen für Billigflieger eröffnet bzw. ausgebaut werden sollen, oder wie im Fall Amsterdam sogar Flughäfen speziell für Billigflieger geplant sind. Daher sollte der Effekt des Flugverkehrs auf eine Destination auf keinen Fall unterschätzt werden. Es ist für Destinationen wichtig, dass diese in Zusammenarbeit mit der Politik einen Weg finden, den Flugverkehr auf ein verträgliches Niveau zu bringen bzw. beizubehalten.

Der wachsende Kreuzfahrtmarkt spielt für Destinationen, die Kreuzfahrthäfen besitzen, eine wichtige Rolle. Hier sollten Destinationen nicht mehr nur nach den Zahlen der Kreuzfahrtpassagiere gehen, denn es ist bewiesen, dass diese trotz der Hafengebühren für die Destination nur eine geringe Wertschöpfung bedeuten. Man muss rechtzeitig Obergrenzen schaffen, um die Destinationen nicht zu fluten, oder eine Mindestanlegedauer einführen, damit eine höhere Wertschöpfung innerhalb der Destination erzielt werden kann. Durch die immer größer werdenden Schiffe und eine sehr frühzeitige Planung der Slots für das Anlegen der Schiffe, ist ein rasches Handeln und Steuern wichtig.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist definitiv der sich verändernde Beherbergungsmarkt. Die Einstellung der Reisenden hat sich mit der Entwicklung der sozialen Medien und neuen Technologien verändert, sodass man heutzutage nicht mehr nur klassische Hotels als Unterkunft in Betracht zieht, sondern der Trend eindeutig zur Mietung privater Ferienunterkünfte, wie Privatzimmer oder ganze Wohnungen über Plattformen wie Airbnb oder Wimdu, geht. Alternative Wohnformen sind ein aktuelles Thema, denn Touristen haben immer mehr den Anspruch, nicht abgeschirmt in Touristenhotels zu übernachten, sondern sich unter die Einheimischen zu mischen. Auch Hostels werden in manchen Destinationen immer beliebter, viele Touristen möchten immer günstiger reisen und übernachten. Daher müssen DMOs unbedingt dafür sorgen, dass ein gewisses Gleichgewicht zwischen den Einheimischen und den Reisenden

besteht und die Übernachtungsunterkünfte sich nicht nur auf bestimmte Gegenden in einer Destination beziehen, wie das Zentrum, sondern auch auf weniger frequentierte Plätze. Hierbei ist es daher unerlässlich, Grenzen und Regulierungen einzuführen, an die sich Sharing Economy-Anbieter im Beherbergungsbereich halten müssen. Auch hier ist die Politik in den jeweiligen Destinationen gefragt, denn die Grenzen müssen nicht nur gesetzt werden, sondern auch regelmäßig und nachhaltig geprüft werden.

DMOs müssen immer enger mit der lokalen Regierung und Politik zusammenarbeiten, um Gesetze zu verschärfen und durchzusetzen. Dies kann allerdings nur in intensiver Zusammenarbeit funktionieren und nur bei einer klaren Aufgabenverteilung. Das Destinationsmanagement muss dabei als touristischer Berater für die Politik fungieren. So kann man beispielsweise auch im Bereich der Immobilien für eindeutiger Regeln sorgen.

Generell muss man anmerken, dass das Problem nicht die Touristen an sich sind, denn oftmals sehen die Einheimischen nicht den Touristen selbst als das Problem, sondern die Strukturen in der Tourismuspolitik sind fehlerhaft. Dies ist im Rahmen der Recherchen immer wieder aufgefallen sowie auch in den Gesprächen mit den Experten. Der Tourismus an sich ist nicht das Problem, aber wenn dieser nicht reguliert wird, sondern nur nach Gewinnmaximierung und immer mehr Touristenzahlen gestrebt wird, wird es kritisch für die Destinationen und deren Einwohner. Zudem kann es in manchen Destinationen dazu kommen, dass die Grenzen zwischen Touristen und Einheimischen verschwimmen, da das Reisemotiv „live like a local“ immer ausgeprägter ist und man daher oft nicht mehr unterscheiden kann, wer wirklich ein Tourist ist oder nicht.¹⁵⁴

Obwohl das Phänomen des Overtourism noch relativ neu ist, gibt es bereits diverse Lösungsansätze für betroffene Destinationen. Sicherlich sind manche Lösungsansätze erst am Anfang und vieles ist noch nicht ausgereift. Aber man merkt, dass das Bewusstsein für einen nachhaltigen und sozialverträglichen Tourismus unter Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung immer wichtiger

¹⁵⁴ vgl. Schwarze 2019 9.

wird, egal, ob die Destinationen eine Millionen-Stadt ist oder ob es sich um eine kleinere Insel handelt. Destinationen können daher verschiedenste Maßnahmen treffen, um den Overtourism einzudämmen. Am Ende macht die Bevölkerung mit ihrer Lebensweise in der Destination genau das aus, was die Touristen sehen möchten.

Diese Arbeit soll mit den genannten Handlungsempfehlungen als Hilfestellung oder Handbuch für Akteure aus dem Destinationsmanagement dienen. Nicht jede DMO hat sich bereits mit der neuen Aufgabe als Steuerungsorgan auseinandergesetzt, daher ist es essenziell, dass die Akteure im Destinationsmanagement Kenntnis über die zunehmende Verantwortung als politischer Berater erlangen und rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergreifen können, um den Overtourism einzudämmen. Natürlich sind nicht alle Lösungsansätze ausgereift, dennoch können sie Hilfestellung geben oder auch zu weiteren Maßnahmen anregen.

Dadurch, dass das Phänomen der Erscheinungsform des Overtourism ein vielschichtiges Problem darstellt, ist es zudem wichtig, dass man auch immer mehrgleisig fährt in der Eindämmung bzw. Vorbeugung des Overtourism. Man wird keine Destination vorfinden, in der lediglich ein Faktor zum Overtourism geführt hat. Daher muss man sich die Kombination aus den möglichen Gründen immer vor Augen führen.

Diese Arbeit kann das Phänomen Overtourism nur in Teilen beleuchten und auch nur in Bezug auf bestimmte Regionen, da es sich beim Overtourism um ein riesiges Thema handelt. Dennoch wurde versucht, auf mehrere Destinationen einzugehen, die teils auch sehr unterschiedlich sind, um mehrere Faktoren, die zum Overtourism führen, aufzugreifen.

Im Rahmen der Recherchen konnten viele Lösungsansätze gefunden werden, jedoch konnte man nicht davon sprechen, dass eine Destination es bereits geschafft hat, den Overtourism langfristig erfolgreich einzudämmen. Dies liegt jedoch daran, dass diese Erscheinungsform noch so neu ist. Man kann feststellen, dass es Destinationen gibt, die bereits mehr oder weniger radikale Maßnahmen getroffen haben.

Bei den bisher getroffenen Maßnahmen in Destinationen kann man noch nicht abschätzen, ob manche sich als sinnvoller erwiesen haben als andere. Die Tourismusedwicklung ist ein langfristiger Prozess.

Das Thema der Möglichkeiten der Technologien, wie z. B. Apps, wird als spannend und vielversprechend aufgegriffen, befindet sich allerdings noch am Anfang, sodass man auch hierzu noch keine Aussage in Bezug auf den Erfolg machen kann. Allerdings werden die Technologien besonders bezüglich der Steuerung und Lenkung der Touristen immer wichtiger.

Im Rahmen der Recherchen ist immer wieder aufgefallen, wie aktuell das Thema tatsächlich ist. Es gab während der Bearbeitungszeit der Arbeit vermehrt neue Artikel zur Thematik des Overtourism, sodass man die Quellen teilweise immer wieder hätte anpassen können.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Thematik absolut präsent und wichtig ist, dass sich das Destinationsmanagement in einem Wandel befindet und es in Bezug auf die politische Dimension bzw. in Verbindung mit dieser immer wichtiger wird. Man hätte sicherlich noch mehr Materie in diese Arbeit hineinbringen können, jedoch hätte dies den Rahmen der Arbeit gesprengt. Es ist jedoch durchaus ein Thema, was die allgemeinen Medien, aber auch die Fachmedien immer mehr aufgreifen.

Im Rückblick betrachtet hätte man bei noch mehr Bearbeitungszeit sicherlich noch mehr Experteninterviews führen können. Diese hätte die Sichtweisen der für diese Arbeit befragten Experten widerlegen oder bestätigen können. Wäre noch mehr Zeit für die Bearbeitung der Arbeit vorhanden gewesen, dann hätte man eventuell auch doch noch einen Experten für die Destination Dubrovnik gewinnen können. Hierfür hätte man sicherlich früher anfangen müssen mit der Kontaktaufnahme, was sich wiederum schwierig gestaltet hätte, da eine gewisse Zeit für die Recherche und das Einlesen in die Thematik notwendig war.

Ein wichtiger Erkenntnisgewinn war, dass das Phänomen Overtourism keineswegs ein rein quantifizierbares Phänomen ist. Destinationen, die von Overtourism betroffen sind, sind in Bezug auf die Touristenzahlen nicht immer zwangsläufig bereits an die Kapazitätsgrenzen gelangt. Dies mag für manche

Destinationen gelten, ist jedoch keine zwingende Voraussetzung. Vielmehr kann der Overtourism auch ein reines Gefühl sein, welches auch vom Verhalten der Touristen abhängt. Wenn man sich nicht mehr „Zuhause“ fühlt und man ein Gefühl der Entfremdung gegenüber der Heimat eintritt, kann das auch eine Auswirkung des Overtourism sein. Somit ist Overtourism ein messbares und nicht messbares Phänomen, im Gegensatz zum Massentourismus, der anhand der Touristenzahlen gemessen wird.

6.2 Ausblick und Übertragbarkeit

Das Phänomen des Overtourism ist eines der wichtigsten Zukunftsthemen im Tourismus, dessen ist sich die Reisebranche sicher. Dies liegt an der wachsenden Weltbevölkerung und insbesondere auch daran, dass bestimmte Nationen, die viele Einwohner haben, das Reisen erst für sich entdecken, wie China oder Indien. Das verfügbare Einkommen wird weiter steigen, sodass sich immer mehr Menschen Reisen leisten werden können.

DMOs müssen begreifen, dass ein Wandel in der Struktur des Destinationsmanagements stattfindet. Wurde in der Vergangenheit der Fokus auf die Vermarktung der Destinationen gelegt, so müssen die Organisationen vermehrt als Steuerungsorgan tätig sein. Eine rein vermarktende Tourismusorganisation wird es in dieser Form möglicherweise immer weniger geben, wie z. B. in Amsterdam, wo die Tourismusmarketingorganisation bereits abgeschafft wurde.¹⁵⁵

Wichtige Themen werden im Zusammenhang mit dem Destinationsmanagement die Tourismuspolitik, national sowie international, und die Nachhaltigkeit sein.

Die Art des Reisens, besonders in den Städten, wird sich zukünftig noch mehr in die Richtung entwickeln, dass immer mehr Menschen „live like a local“ reisen werden. Dadurch werden immer mehr Destinationen vor der Herausforderung

¹⁵⁵ vgl. Kieker 2019

stehen, die Einheimischen und die vorhandene Infrastruktur auf die hohen Touristenzahlen vorzubereiten. Allerdings muss das Management von Destinationen hier rechtzeitig steuernd eingreifen, damit die beliebten Plätze und Gebiete sich nicht zur reinen Kulisse für Touristen verwandeln.

Die Handlungsempfehlungen dieser Arbeit sind auf diverse Destinationen anwendbar und die gewonnenen Erkenntnisse auf unterschiedlichste Destinationen übertragbar. Dies liegt daran, dass die Kernpunkte oft die gleichen sind, d. h. die Einbindung der Bevölkerung, die Einführung bestimmter Grenzen und Gesetze sowie die Erhaltung der sozio-kulturellen Besonderheiten, welche der Grund dafür sind, dass Touristen in eine Destination reisen. Diese Faktoren spielen immer eine wichtige Rolle, unabhängig von der Größe, des Klimas oder der Topographie der Destination.

Auch 2019 wird das Phänomen Overtourism eines der wichtigsten Themen im Tourismus bleiben. Im Januar 2019 fand im Rahmen der Reisemesse CMT in Stuttgart eine von der fww veranstaltete Konferenz mit dem Namen Destination Germany Day statt. Auf dieser Veranstaltung sprachen diverse Akteure aus dem Bereich des Destinationsmanagements in Deutschland, größtenteils die Geschäftsführer der Tourismusorganisationen, u. a. über Overtourism und es wurde deutlich, dass der große Umbruch im Destinationsmanagement erst jetzt entsteht. Zudem wird voraussichtlich im Juli 2019 im Verlag De Gruyter ein Buch erscheinen von Dodds und Butler, welches den Titel „Overtourism: Issues, realities and solutions“ trägt. Dieses Buch wird sich als erstes Fachbuch mit dem Phänomen auseinandersetzen und die negativen Effekte auf Destinationen genauer untersuchen sowie Fallstudien in urbanen und ländlichen Destinationen beinhalten.¹⁵⁶

Es ist davon auszugehen, dass es in den kommenden Jahren vermehrt Fachbücher zu dem Thema Overtourism geben wird – mit immer mehr Erkenntnissen und Lösungen für die Destinationen.

¹⁵⁶ vgl. VERLAG C.H.BECK oHG 2019

Literaturverzeichnis

- Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears. „El turisme a les Illes Balears Anuari 2017.“ Jahresbericht, Palma, 2018.
- Ali, Rafat. *Destinations - Exploring the Coming Perils of Overtourism (2018)*. 23. 08. 2018. <https://skift.com/2016/08/23/exploring-the-coming-perils-of-overtourism/> Zugriff am 22. 10. 2018.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg. *Berlin-Tourismus im ersten Halbjahr 2018 auf Rekord-Niveau (2018)*. 14. 08. 2018. <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2018/18-08-14.pdf> Zugriff am 02. 12. 2018.
- Bačić, Mašenjka. *Die dunkle Seite des Tourismus: Bewohner von Dubrovnik sehen im TV, ob sie raus können (2017)*. 22. 08. 2017. <https://de.euronews.com/2017/08/22/die-dunkle-seite-des-tourismus-dubrovnik-klagt-uber-besuchermassen> Zugriff am 10. 12. 2018.
- Bath, Dominik. *Aufstand gegen Touristen in Friedrichshain (2018)*. 08. 06. 2018. <https://www.morgenpost.de/bezirke/friedrichshain-kreuzberg/article214512873/Aufstand-gegen-Touristen-in-Friedrichshain.html> Zugriff am 21. 12. 2018.
- Berlin Tourismus & Kongress GmbH. *Tourismuskonzept 2018+*. 2018. <https://about.visitberlin.de/tourismuskonzept-2018> Zugriff am 02. 12. 2018.
- Birkner, Helena, und Michael Krane. „Dubrovnik stiftet Verwirrung (2018).“ *fvw*, 26. 10. 2018: S. 56.
- Bremer, Kathrin, Interview geführt von Silvana Wrusch. *Experten-Interview - Destination Mallorca* 06. 01. 2019.
- Burkhardt, Marcel. *Phänomen "Overtourism" (2018)*. 05. 11. 2018. <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/tourismuskonzept-in-berlin-100.html> Zugriff am 30. 11. 2018.
- Dellnitz, Armin. „Gewusst wie: Die Destination ... als Shopping-Ziel.“ *fvw Destination Germany Day*. Stuttgart, 2019.

- Deutsche Welle. *Mallorca: Proteste gegen Kreuzfahrttouristen (2018)*. 05. 04. 2018.
<https://www.dw.com/de/mallorca-proteste-gegen-kreuzfahrttouristen/a-43265219> Zugriff am 27. 12. 2018.
- Dickinson, Greg. *Dear dictionaries, this is why 'overtourism' should be your 2018 word of the year (2018)*. 20. 04. 2018.
<https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/overtourism-word-of-the-year/>
 Zugriff am 21. 10. 2018.
- dpa. *Dubrovnik limitiert Kreuzfahrt-Anläufe (2018)*. 08. 10. 2018.
<https://www.fvw.de/news/kreuzfahrt/nur-zwei-schiffe-pro-tag-dubrovnik-limitiert-kreuzfahrt-anlaeufe/393/192637/18078> Zugriff am 23. 12. 2018.
- Društvo prijatelja dubrovačke starine I City walls Dubrovnik. *"RESPECT THE CITY" Ein Aktionsplan für die zukünftige nachhaltige Entwicklung von Dubrovnik wurde vorgestellt (2018)*. 23. 02. 2018. <https://citywallsdubrovnik.hr/respect-the-city-predstavljjen-akcijski-plan-buduceg-odrzivog-razvoja-dubrovnika/> Zugriff am 15. 12. 2018.
- dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH. *Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+ (2017)*.
 Tourismuskonzept, Berlin: visitBerlin/Berlin Tourismus & Kongress GmbH; Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, 2017.
- Eisenstein, Bernd. *Grundlagen des Destinationsmanagements*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2014.
- El Mundo. *La turismofobia golpea la principal puerta de entrada de turistas a Mallorca (2018)*. 15. 07. 2018.
<https://www.elmundo.es/baleares/2018/07/15/5b4b02b7ca4741ed028b45f9.htm>
 I Zugriff am 05. 01. 2019.
- Ernst Klett Verlag GmbH. *Geographie Infothek (2012)*. 2012.
https://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek_artikel&extra=TERRA%20GSE-Online&artikel_id=93563&inhalt=klett71prod_1.c.149844.de Zugriff am 05. 11. 2018.
- Feldmeier, Frank. *425.624 Urlauber und keiner mehr (2017)*. 01. 09. 2017.
<https://www.touristik->

aktuell.de/reiseberichte/europa/news/datum/2017/09/01/425624-urlauber-und-keiner-mehr/ Zugriff am 15. 12. 2018.

Freyer, Walter. *Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. Berlin/München/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2015.

fvw. *Dubrovnik will Kreuzfahrt-Ankünfte besser steuern (2018)*. 20. 03. 2018. <https://www.fvw.de/news/destination/konzept-gegen-overtourism-dubrovnik-will-kreuzfahrt-ankuenfte-besser-steuern/393/185097/18076> Zugriff am 19. 10. 2018.

—. *Wachstum gezielt steuern (2018)*. 27. 11. 2018. <https://www.fvw.de/news/deutschland/fvw-destination-germany-day-wachstum-gezielt-steuern/393/194289/19590> Zugriff am 23. 12. 2018.

—. *Wird der Massentourismus endgültig zu viel? (2018)*. 13. 03. 2018. <https://www.fvw.de/news/destination/urlauber-als-problem-wird-der-massentourismus-endgueltig-zu-viel/393/184773/18076> Zugriff am 27. 11. 2018.

Geißler, Maike. *„Tourism kills Mallorca“: Inselbewohner protestieren (2018)*. 17. 07. 2018. <http://www.reisereporter.de/artikel/4741-mallorca-bewohner-und-linke-gruppen-protestieren-gegen-massentourismus-mit-plakaten-am-flughafen-und-graffiti> Zugriff am 27. 12. 2018.

Graue, Oliver. „Das Maß ist voll – Wege aus dem Overtourism (2017).“ *fvw*, 27. 10. 2017: S. 60 - 63.

Heuwinkel, Kerstin. *Tourismussoziologie*. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2019.

Hildebrandt, Klaus. *Bündnis für den China-Tourismus (2017)*. 05. 09. 2017. <https://www.fvw.de/news/destination/marktforschung-buendnis-fuer-den-china-tourismus/393/177442/18076> Zugriff am 06. 11. 2018.

Kieker, Burkhard. „Stadtverträglicher und nachhaltiger Tourismus. Chancen und Herausforderungen für DMO.“ *fvw Destination Germany Day*. Stuttgart, 2019.

Klages, Robert. *„Berlin benötigt keine weiteren Touristen-Hotspots“ (2019)*. 11. 01. 2019. <https://www.tagesspiegel.de/berlin/protest-gegen-verdraengung-berlin-benoetigt-keine-weiteren-touristen-hotspots/23850608.html> Zugriff am 13. 01. 2019.

- Ksienzyk, Lisa. *Neues Gesetz stellt Airbnb und Gastgeber vor große Probleme* (2018). 26. 07. 2018. <https://www.gruenderszene.de/perspektive/zweckentfremdung-airbnb-berlin?interstitial> Zugriff am 11. 12. 2018.
- Leweke, Marius. *Reiseziele rund ums Mittelmeer sind Gewinner der Saison* (2018). 06. 03. 2018. <https://www.fvw.de/trends-analysen/destination-ranking/fvw-destination-ranking-2018-suedeuropa-und-nordafrika-reiseziele-rund-ums-mittelmeer-sind-gewinner-der-saison/393/184441/22758/2> Zugriff am 14. 11. 2018.
- Loth, Michael. „Kreative Produktgestaltungsprozesse mit Gästen und Einheimischen - am Beispiel Norderney.“ *fvw Destination Germany Day*. Stuttgart, 2019.
- Mallorca Zeitung. *Gesunder Tourismus: Airbnb sieht sich als Heilsbringer für Mallorca* (2018). 29. 10. 2018. <https://www.mallorcazeitung.es/lokales/2018/10/29/gesunder-tourismus-airbnb-sieht-heilsbringer/63684.html> Zugriff am 17. 12. 2018.
- MH Scan & Print GmbH. *Leitfadeninterview für die Bachelorarbeit ~ Beispiele & Ablauf* (2019). 2019. <https://www.bachelorprint.de/leitfadeninterview/> Zugriff am 05. 01. 2019.
- . *Qualitative Forschung – Methoden & Beispiele für die Bachelorarbeit* (2019). 2019. <https://www.bachelorprint.de/qualitative-forschung/> Zugriff am 05. 01. 2019.
- Mono, Sophie. *Die Geschichte des Tourismus auf Mallorca* (2017). 23. 09. 2017. <https://www.mallorcazeitung.es/lokales/2017/09/23/geschichte-tourismus-mallorca/54386.html> Zugriff am 21. 12 2018.
- Münck, Rita. *BTW-Präsident Frenzel bezeichnet Tourismus als „Friedensindustrie“* (2018). 05. 11. 2018. <https://www.fvw.de/news/deutschland/21-tourismusgipfel-btw-praesident-frenzel-bezeichnet-tourismus-als-friedensindustrie/393/193589/19590> Zugriff am 23. 12. 2018.
- Mundt, Jörn W. *Tourismus*. Walter de Gruyter GmbH, 2013.
- Neuroth, Oliver. *Mallorca - so voll wie nie* . 18. 08. 2016. <https://www.tagesschau.de/ausland/mallorca-tourismus-101.html> Zugriff am 26. 12. 2018.

- . *Proteste gegen Massentourismus*. 24. 09. 2017. <https://www.tagesschau.de/ausland/mallorca-proteste-101.html> Zugriff am 26. 12. 2018.
- Niese, Matthias. *Overtourism: Wenn zu viele Urlauber alles lahmlegen (2018)*. 22. 09. 2018. <http://www.nordbayern.de/freizeit-events/reise/overtourism-wenn-zu-viele-urlauber-alles-lahmlegen-1.8087296> Zugriff am 30. 11. 2018.
- n-tv.de. *Kreuzberg macht gegen Gäste mobil (2011)*. 01. 03. 2011. <https://www.n-tv.de/reise/Hilfe-die-Touris-kommen-article2732231.html> Zugriff am 22. 12. 2018.
- Pracht, Sabine. „Tourismus ist zum Ablasshandel verdammt.“ *fvw*, 17. 08. 2018: S. 6.
- . *Hamburg Tourismus will Gäste in unbekannte Bezirke locken*. 18. 07. 2018. <https://www.fvw.de/news/destination/neuausrichtung-hamburg-tourismus-will-gaeste-in-unbekannte-bezirke-locken/393/189646/18076> Zugriff am 27. 12. 2018.
- . *Tourismus richtig steuern*. 16. 10. 2018. <https://www.fvw.de/news/deutschland/fvw-destination-germany-day-tourismus-richtig-steuern/393/192871/19590> Zugriff am 23. 12. 2018.
- Rauscher, Hans. *Overtourism: Die Invasion unserer Innenstädte (2018)*. 14. 12. 2018. <https://derstandard.at/2000093983091/Overtourism> Zugriff am 22. 12. 2018.
- Rein, Hartmut, und Wolfgang Strasdas. *Nachhaltiger Tourismus*. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2017.
- Schaal, Nadine. *Overtourism: Touristen bevölkern beliebte Urlaubsziele – zum Leid der Bevölkerung (2018)*. 24. 08. 2018. <https://www.tourcert.org/overtourism/> Zugriff am 21. 10. 2018.
- Schwarze, Julian, Interview geführt von Silvana Wrusch. *Experten-Interview - Destination Berlin* 17. 01. 2019.
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen. *Zweckentfremdungsverbot von Wohnraum (2018)*. 2018. https://www.stadtentwicklung.berlin.de/wohnen/zweckentfremdung_wohnraum/ Zugriff am 11. 12. 2018.

- Statista GmbH. *Aktuell werden Proteste in Barcelona und Mallorca gegen Massentourismus laut. Können Sie diese Proteste nachvollziehen?* (2018). 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/734473/umfrage/meinung-zu-den-protesten-in-spanien-gegen-den-massentourismus/> Zugriff am 27. 12. 2018.
- . *Is Game Of Thrones Fueling Dubrovnik's Tourism?* (2017). 18. 07. 2017. <https://www.statista.com/chart/10308/tourists-flock-to-dubrovnik/> Zugriff am 11. 12. 2018.
- . *Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017.* 2017. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/746973/umfrage/motive-deutscher-urlauber-fuer-mallorca-urlaub/> Zugriff am 17. 11. 2018.
- . *Ranking der europäischen Städte nach Anzahl der Touristenübernachtungen 2017.* 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/527374/umfrage/anzahl-der-tourismusuebernachtungen-in-europa-nach-staedten/> Zugriff am 02. 12. 2018.
- . *Tourismusintensität Berlin 1992 - 2017.* 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/175425/umfrage/tourismusintensitaet-in-berlin/> Zugriff am 02. 12. 2018.
- . *Touristenübernachtungen in europäischen Städten in gewerblichen Betrieben 2017.* 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/527374/umfrage/anzahl-der-tourismusuebernachtungen-in-europa-nach-staedten/> Zugriff am 02. 12. 2018.
- . *Was halten Sie von dem Plan der mallorquinischen Regierung, die Zahl der Touristen durch neue Gesetze zu begrenzen?* (2018). 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/734560/umfrage/meinung-zu-den-plaenen-fuer-gesetze-gegen-den-massentourismus-in-mallorca/> Zugriff am 27. 12. 2018.
- Stössel, Sonja. *Wie Airbnb in Berlin zum Bittsteller wurde* (2018). 08. 08. 2018. <https://www.welt.de/wirtschaft/article180701448/Airbnb-in-Berlin-Wie-der-Senat-den-Spiess-umdrehte.html> Zugriff am 11. 12. 2018.
- Tagesschau. *Mallorca bittet zur Kasse* (2017). 31. 08. 2017. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/tourismus-balearen-abgabe-101.html> Zugriff am 26. 12. 2018.
- Temsch, Jochen. „Freiheit für Dubrovnik (2018).“ *Süddeutsche Zeitung*, 11 2018: S. 29.

- The World Tourism Organization. *Infographics (2018)*. 2018. <http://media.unwto.org/content/infographics> Zugriff am 04. 11. 2018.
- Theobald, Elke. „PESTEL-Analyse (2016).“ *PESTEL-Analyse*. 13. 04. 2016. https://www.management-monitor.de/de/infothek/whitepaper_pestel_Analyse.pdf Zugriff am 04. 01. 2019.
- touristik aktuell. *Mallorca: Nicht noch mehr Gäste im Sommer (2018)*. 12. 10. 2018. <https://www.touristik-aktuell.de/nachrichten/destinationen/news/datum/2018/10/12/mallorca-nicht-noch-mehr-gaeste-im-sommer/> Zugriff am 15. 12. 2018.
- . *Overtourism: Costa widerspricht Kritik (2018)*. 14. 05. 2018. <https://www.touristik-aktuell.de/nachrichten/kreuzfahrten/news/datum/2018/05/14/overtourism-costa-widerspricht-kritik/> Zugriff am 26. 12. 2018.
- . *Overtourism: Veranstalter in der Verantwortung (2018)*. 17. 07. 2018. <https://www.touristik-aktuell.de/nachrichten/destinationen/news/datum/2018/07/17/overtourism-veranstalter-in-der-verantwortung/> Zugriff am 26. 12. 2018.
- . *Studie: Wenig Bewusstsein für Overtourism (2019)*. 08. 01. 2019. <https://www.touristik-aktuell.de/nachrichten/destinationen/news/datum/2019/01/08/studie-wenig-bewusstsein-fuer-overtourism/> Zugriff am 09. 01. 2019.
- Triplemind GmbH. *Mallorca (2018)*. 2018. <https://www.tourismus.de/europa/spanien/balearen/mallorca/> Zugriff am 16. 11. 2018.
- UNESCO World Heritage Centre. *Old City of Dubrovnik (2018)*. 2018. <https://whc.unesco.org/en/list/95> Zugriff am 22. 10. 2018.
- VERLAG C.H.BECK oHG. *Overtourism (2019)*. 2019. <https://www.beck-shop.de/dodds-butler-de-gruyter-studies-tourism-overtourism/productview.aspx?product=25377365> Zugriff am 22. 10. 2018.
- Wochenblatt – Die Zeitung der Kanarischen Inseln. *Barcelona verbietet neue Hotels im Zentrum (2017)*. 13. 02. 2017. <https://www.wochenblatt.es/wirtschaft/barcelona-verbietet-neue-hotels-im-zentrum/> Zugriff am 05. 01. 2019.

Zantout, Nina, Interview geführt von Silvana Wrusch. *Experten-Interview - Destination Berlin* 08. 01. 2019.

Fremdsprachige Quellen wurden von der Autorin übersetzt

Anhang

Internationale Touristenankünfte 1950 - 2030

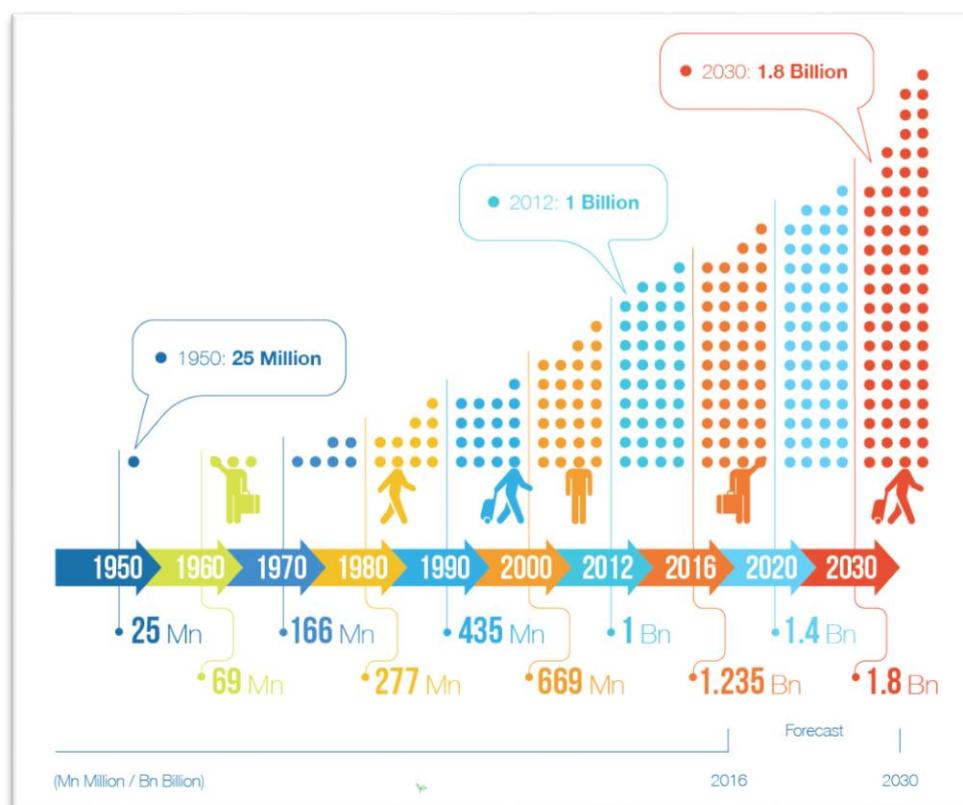


Abbildung 3: Internationale Touristenankünfte 1950 – 2030 (The World Tourism Organization 2018)

Suchanfragen über Google zum Begriff „Overtourism“



Abbildung 4: Suchanfragen über Google zum Begriff "Overtourism" (Dickinson 2018)

Touristenankünfte Dubrovnik 2011 - 2016

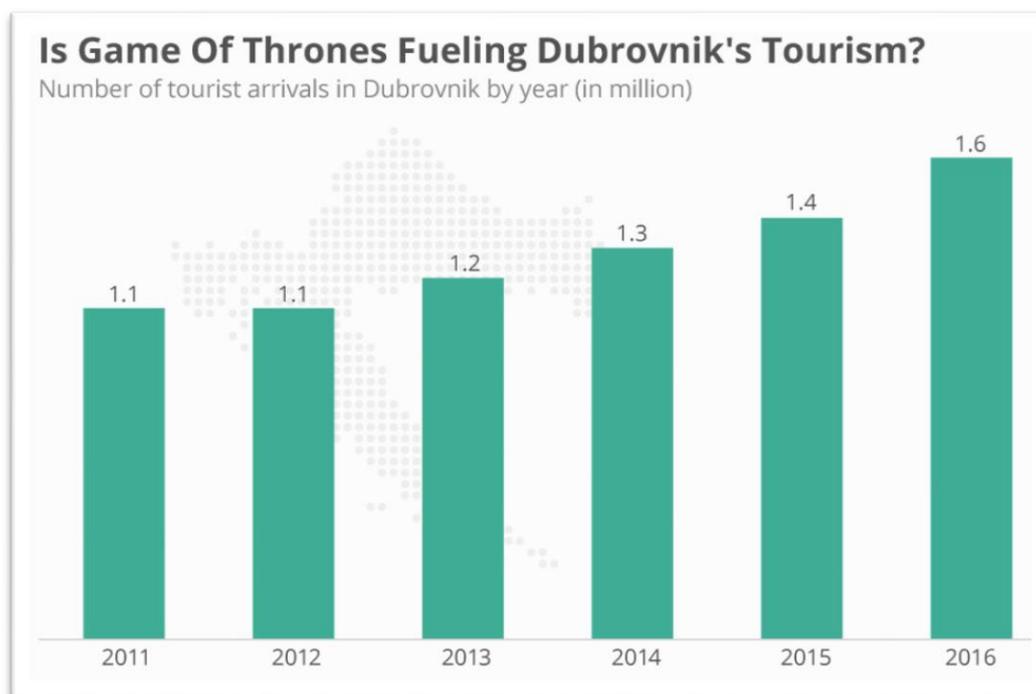


Abbildung 5: Touristenankünfte Dubrovnik 2011 – 2016 (Statista GmbH 2017)

Demonstrationen am Flughafen Palma de Mallorca



Abbildung 6: Demonstration am Flughafen Palma de Mallorca (El Mundo 2018)

Einladung zur Veranstaltung „Hilfe, die Touris kommen!“



Abbildung 7: Einladung zur Veranstaltung "Hilfe, die Touris kommen!" (n-tv.de 2011)

Einwohner/-innen und Übernachtungsintensität 2016

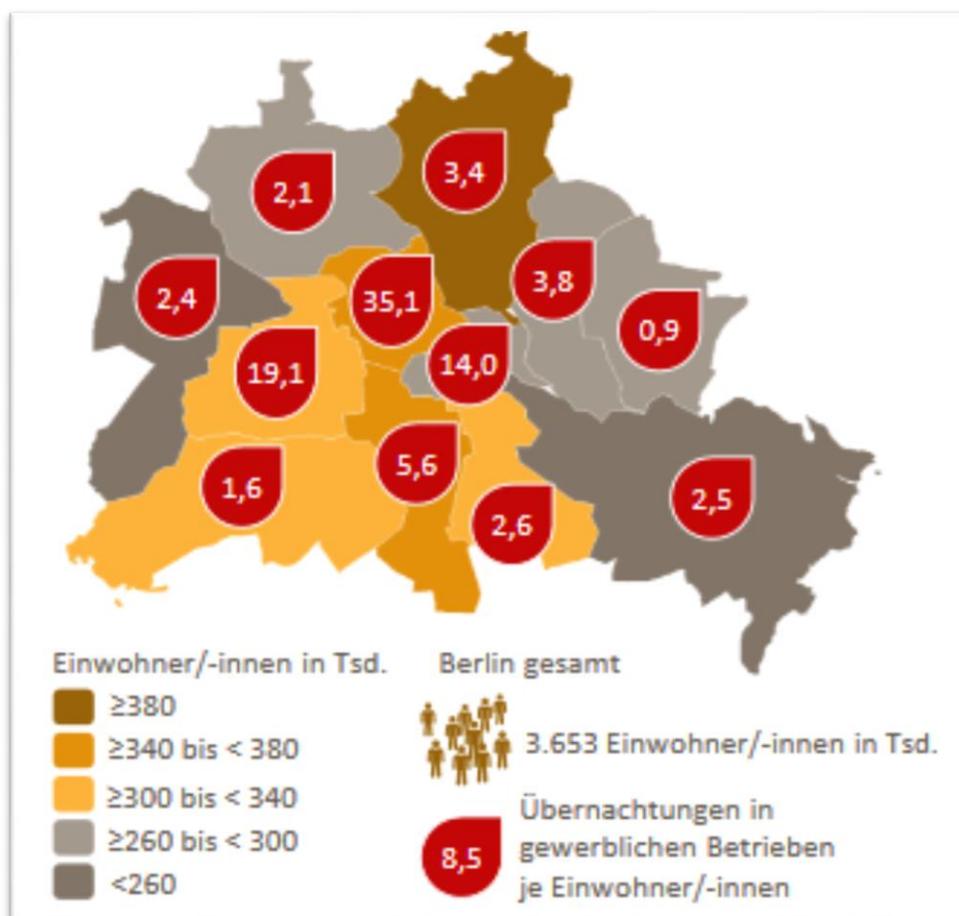


Abbildung 8: Einwohner/-innen und Übernachtungsintensität 2016 (dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017)

Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus 2016

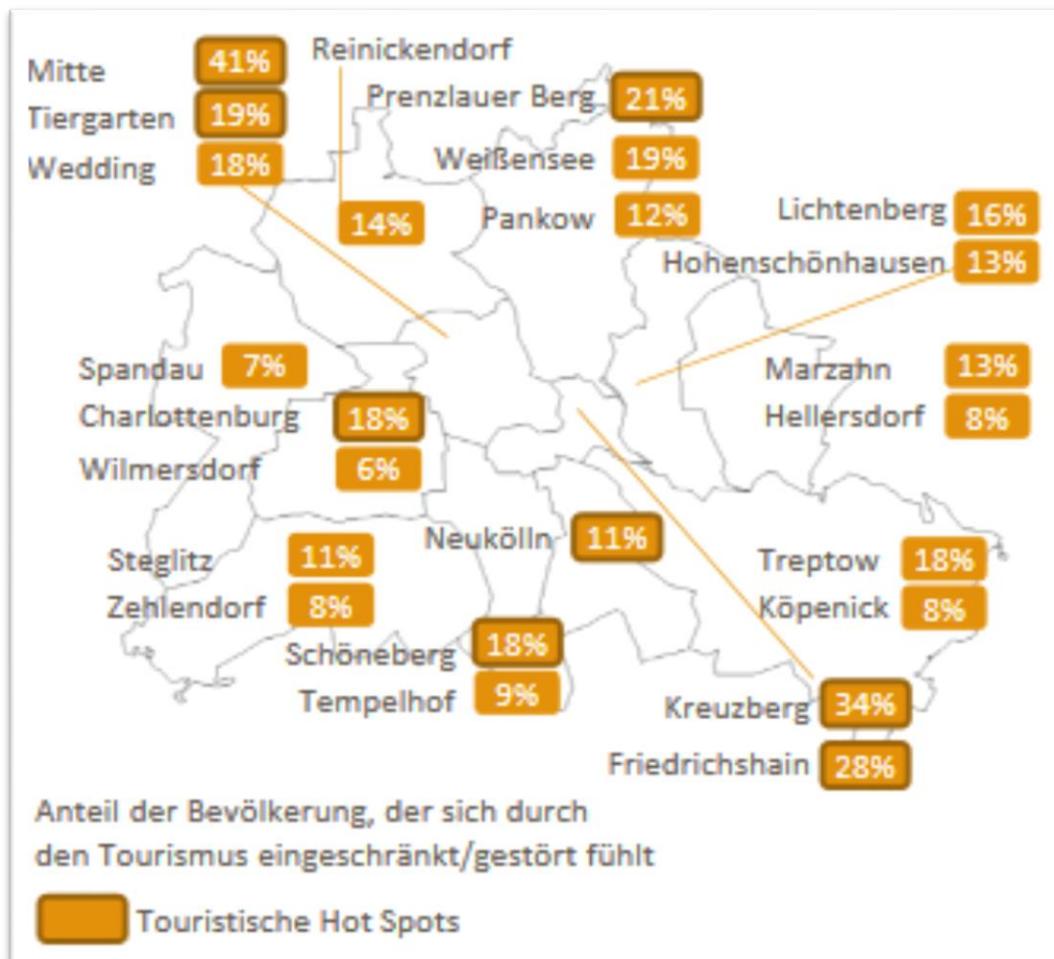


Abbildung 9: Überlastungstendenzen im Berlin-Tourismus 2016 - Stimmungsbild nach Stadtteilen (dwif-Consulting GmbH; Humboldt-Innovation GmbH 2017)

Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017

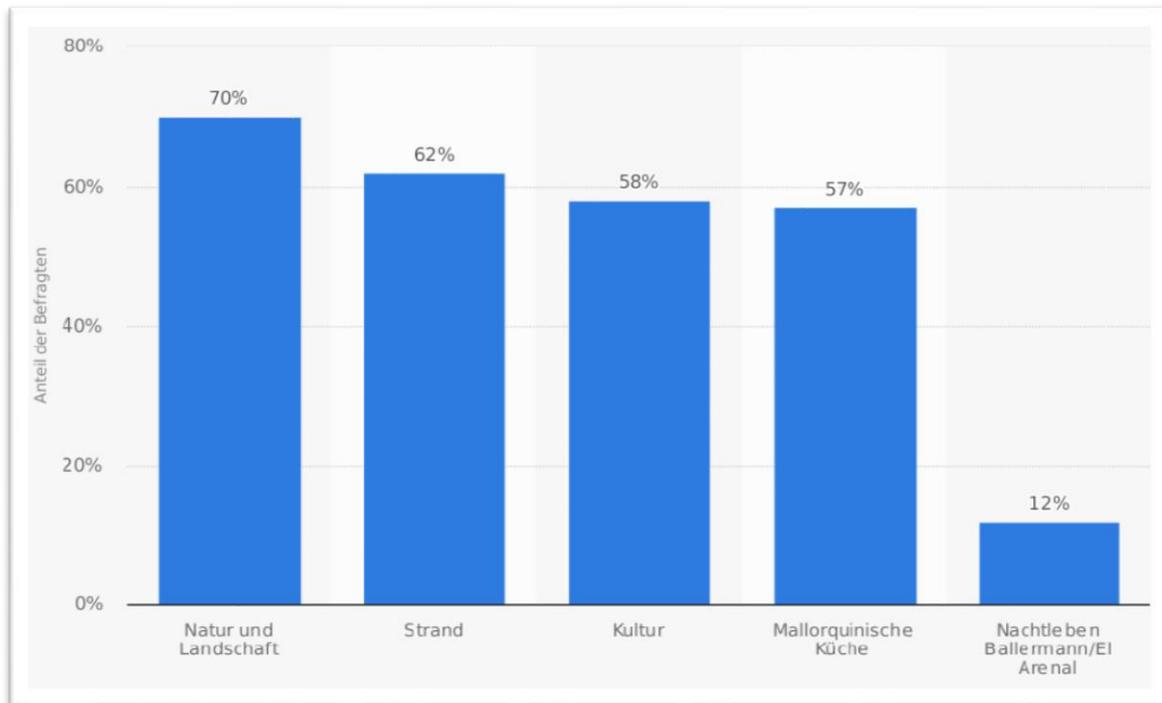


Abbildung 10: Motive für die Reise deutscher Urlauber nach Mallorca im Jahr 2017 (Statista GmbH 2017)

Ranking der europäischen Städte nach Anzahl der Touristenübernachtungen in gewerblichen Betrieben im Jahr 2017 (in Millionen)

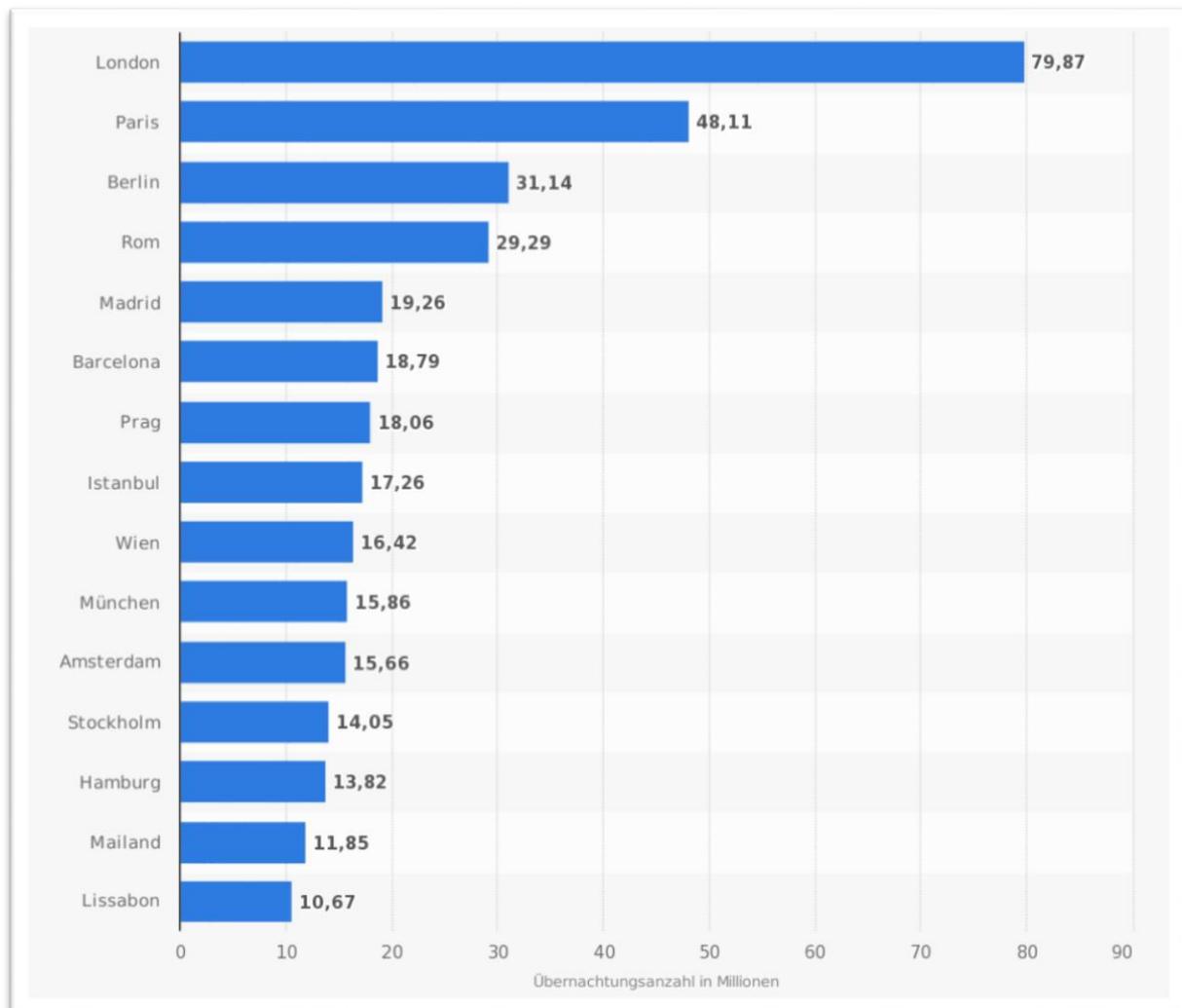


Abbildung 11: Ranking europäischer Städte 2017 (Statista GmbH 2018)

Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) in Berlin von 1992 bis 2017

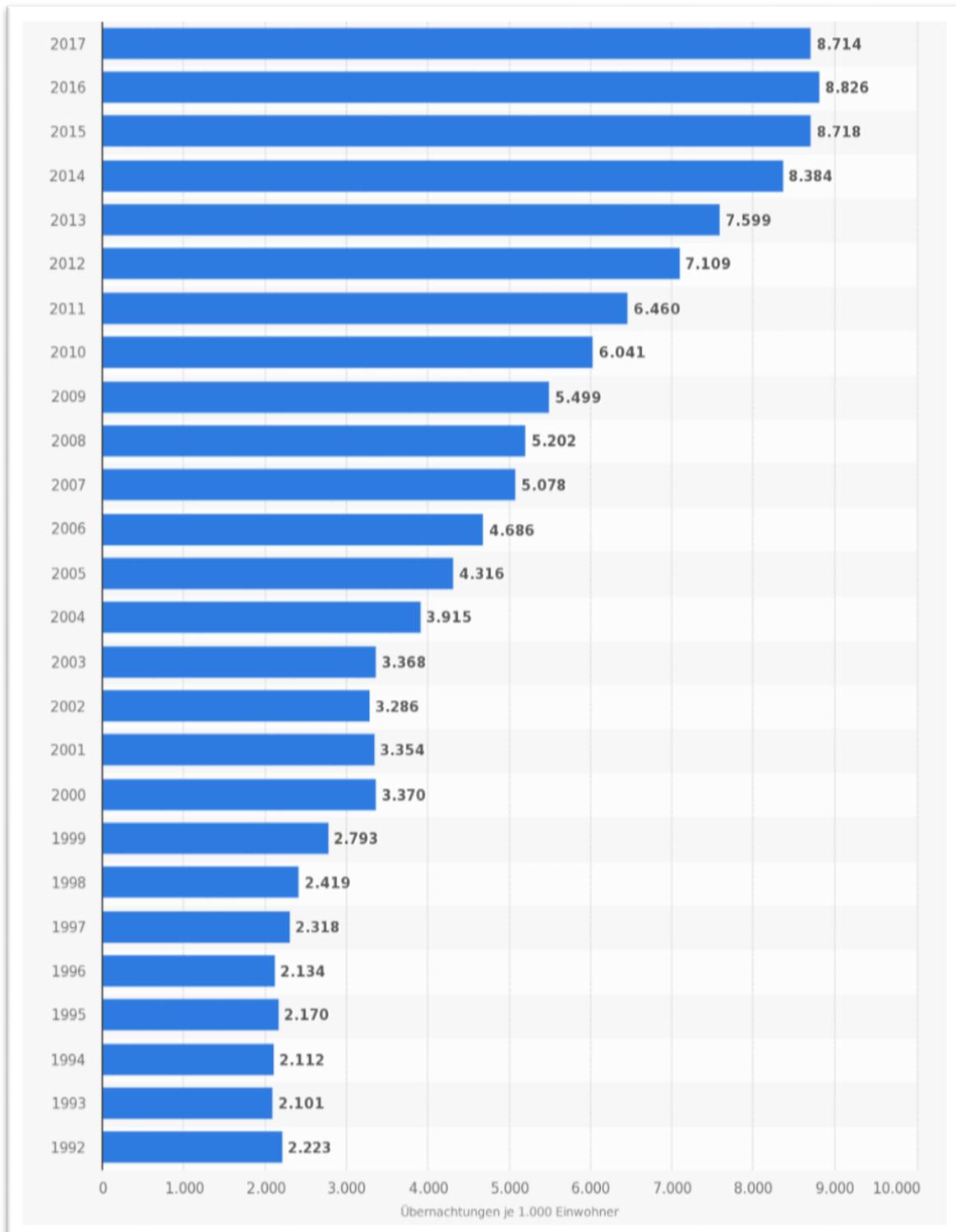


Abbildung 12: Tourismusintensität Berlin 1992 – 2017 (Statista GmbH 2018)

Was halten Sie von dem Plan der mallorquinischen Regierung, die Zahl der Touristen durch neue Gesetze zu begrenzen?

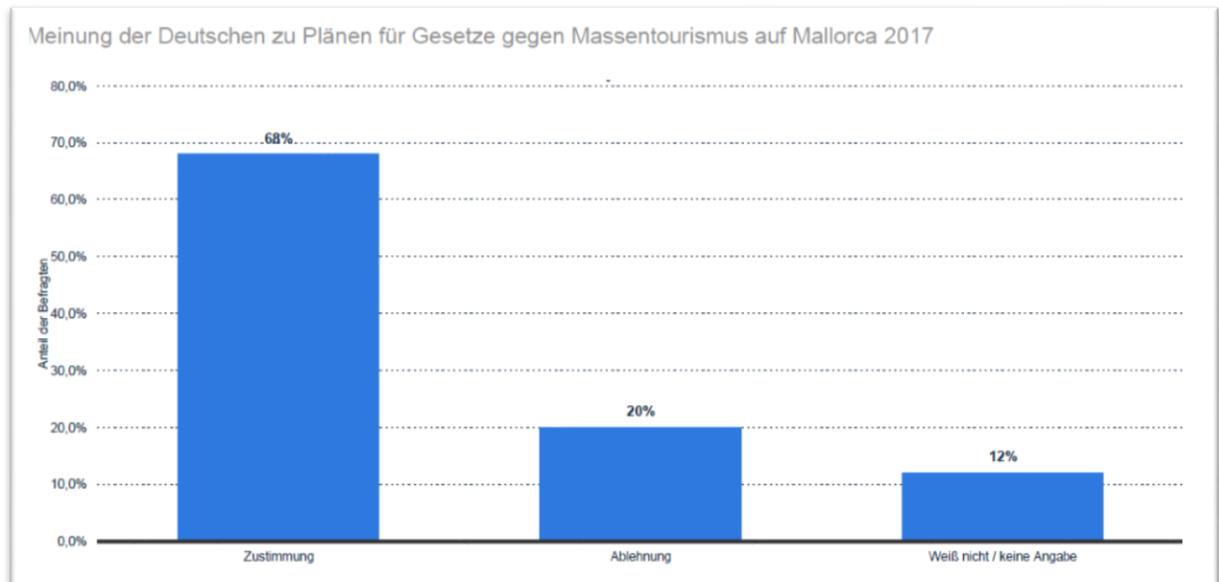


Abbildung 13: Meinung der Deutschen zu Plänen für Gesetze gegen Massentourismus auf Mallorca 2017 (Statista GmbH 2018)

Leitfaden – Experten-Interview 1

Experteninterview Frau Bremer – Mallorca

Leitfaden zum Interview:

Ich werde mit Ihnen ein Experteninterview im Rahmen meiner Bachelor-Thesis durchführen. Ist es für Sie in Ordnung, wenn ich dieses Gespräch aufzeichne und anschließend die gewonnenen Informationen für meine Bachelor-Thesis nutzen werde?

[...]

Zunächst bedanke ich mich bei Ihnen, dass Sie mich bei meiner Thesis unterstützen. Das Thema lautet „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“ und eine der ausgewählten Destinationen ist Mallorca.

Bitte erzählen Sie einmal kurz, wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Mallorca stehen bzw. seit wann Sie auf der Insel leben.

[...]

Wann haben Sie das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie darunter?

[...]

Und wann haben Sie das Phänomen des Overtourism das erste Mal im Zusammenhang mit Mallorca gehört?

[...]

Sie sind selbst in der Tourismusbranche tätig. Wie sehen Sie die Entwicklung des Tourismus auf Mallorca und insbesondere in der Hauptstadt Palma?

[...]

War es für Sie in Ihrem Job eventuell sogar vorteilhaft, dass immer mehr Touristen auf die Insel kommen?

[...]

Wann haben Sie das erste Mal das Gefühl gehabt, dass zu viele Touristen auf die Insel kommen?

[...]

Hat der Overtourism für Sie persönlich und auf Ihren Alltag Auswirkungen und falls ja, wie macht er sich bemerkbar?

[...]

Warum ist aus Ihrer Sicht ausgerechnet Mallorca vom Overtourism betroffen?

[...]

Sie setzen sich besonders für nachhaltigen Tourismus ein und sind hierfür auch politisch tätig. Konnte die Politik Ihrer Meinung nach eine Verbesserung der Situation in Bezug auf den Overtourism erreichen?

[...]

Welche Maßnahmen werden aktuell von der Regierung angestrebt, um die Auswirkungen des Overtourism abzuschwächen?

[...]

Was müsste Ihrer Meinung nach getan werden, um den Overtourism zu bekämpfen, ohne dem Tourismusgeschäft auf Mallorca zu schaden?

[...]

Wie stehen die lokalen Tourismusunternehmen zu den Plänen der Regierung? Gibt es Unterstützung oder auch Ablehnung?

[...]

Mallorca lebt seit Jahrzehnten vom Tourismus, schon früh wurden große Hotelkomplexe nahe den Stränden gebaut und besonders die Deutschen machten Mallorca schon vor langer Zeit zu Ihrer Lieblings-Urlaubsdestination.

Können die Bewohner der Insel nicht sogar froh sein, dass so viele Touristen kommen? Schließlich trägt der Tourismus ja zum Wohlstand auf der Insel bei.

[...]

Man hört immer wieder vom Unmut der Mallorquiner, die gegen zu viele Touristen demonstrieren, diese sogar bereits am Flughafen mit Plakaten empfangen, die Graffitis an Hotels sprühen, um ihrem Ärger Luft zu machen.

Wie sehen Sie die aktuelle Lage unter den Einheimischen? Ist die Stimmung eher negativ oder ist die Gesellschaft eventuell sogar zwiegespalten?

[...]

Overtourism wird immer im Zusammenhang mit Kreuzfahrtschiffen genannt. Mallorca hat einen der beliebtesten Kreuzfahrthäfen weltweit. Im Jahr 2017 haben 889 Kreuzfahrtschiffe auf Mallorca angelegt mit insgesamt 1,6 Millionen Kreuzfahrtpassagieren. Als das weltweit größte Schiff Symphony of the Seas im April 2018 bei der Jungfernfahrt auch auf Mallorca anlegte, gab es erneut Proteste von Einheimischen.

Haben Sie das Gefühl, dass Kreuzfahrtschiffe in den letzten Jahren zu einem Problem geworden sind? Wie sehen Sie den Anstieg an Kreuzfahrtschiffen?

[...]

Würden Sie sagen, dass die Kreuzfahrtschiffe besonders problematisch sind? Wenn man bedenkt, dass knapp 14 Millionen Touristen 2017 auf Mallorca waren, erscheinen 1,6 Millionen Kreuzfahrtpassagiere davon ein relativ kleiner Anteil zu sein.

[...]

Laut einer Airbnb-Studie gibt es durch die private Vermietung über das Portal auf Mallorca keine negativen Auswirkungen. Airbnb gibt an, dass die Touristen sich durch die Buchungs-Plattform sogar besser über die ganze Insel verteilen würden und die Erfahrung für beide Seiten, Gastgeber und Gast, positiv wären.

Was sagen Sie dazu?

[...]

Viele Einheimische sehen den Einfluss von Airbnb längst nicht so positiv und sind der Meinung, dass Vermietungen solcher Art für steigende Mieten, Wohnungsnot und Immobilienspekulationen verantwortlich sind sowie die Gentrifizierung von Vierteln in Palma.

Sehen Sie das auch so bzw. wie sind Ihre Erfahrungen hierzu?

[...]

Die Regierung arbeitet ja bereits seit mehreren Jahren an einem Konzept, um die Vermietung privater Unterkünfte einzudämmen aufgrund der Wohnungsnot. Auf der Website der Mallorca Zeitung habe ich gelesen, dass im Wahlkampf der Regional- und Kommunalwahlen im Mai die Themen Overtourism sowie Plattformen wie Airbnb eine große Rolle spielen.

Wie erleben Sie diese Thematik, besonders auf Seite der Politik?

[...]

In Dubrovnik hat man beschlossen, die Anzahl der Kreuzfahrtschiffe ab 2019 zu reduzieren, sodass ab diesem Jahr immer nur noch ein Schiff zur gleichen Zeit im Hafen liegen soll, ab 2020 nur noch maximal zwei Schiffe am Tag.

Wäre das eine Maßnahme, die auch auf Mallorca funktionieren könnte?

[...]

In Berlin hat man, im Kampf gegen Plattformen für die Vermietung privater Unterkünfte, ein Zweckentfremdungsverbot eingeführt. Durch dieses soll gewährleistet werden, dass private Unterkünfte eine Obergrenze für die Anzahl der vermieteten Tage erhalten und es Gastgebern zudem bürokratisch erschwert wird, die Unterkunft zu vermieten.

Finden Sie diese Idee grundsätzlich gut? Könnte man so eine Regelung auf Mallorca ebenfalls einführen oder würde ein solches Verbot auf Widerstand stoßen?

[...]

Welche Möglichkeiten sehen Sie im Kampf gegen den Overtourism? Haben Sie Handlungsempfehlungen für Destinationen, die vom Overtourism betroffen sind?

[...]

Denken Sie, dass es sich beim Overtourism um ein vorübergehendes Phänomen handelt, welches sich von alleine einpendelt, sobald sich die Einheimischen daran gewöhnt haben? Oder denken Sie, dass es sich um ein global wachsendes Problem handelt, welches aktiv eingedämmt werden muss?

[...]

Im Rahmen meiner Recherchen ist mir immer wieder aufgefallen, dass das Destinationsmanagement eng mit der Politik verbunden ist. Daher gibt es viele Maßnahmen gegen Overtourism auf politischer Ebene. Jedoch gehe ich in

meiner Arbeit auch auf Maßnahmen auf weiteren Ebenen ein, nämlich die sozio-kulturelle, die ökologische, die ökonomische sowie die technologische.

Haben Sie hierzu Ideen für Maßnahmen oder Handlungsempfehlungen?

[...]

Gibt es etwas, das Sie im Zusammenhang zu dem Thema noch ansprechen möchten?

[...]

Leitfaden – Experten-Interview 2

Experteninterview Frau Zantout – Berlin

Leitfaden zum Interview:

Ich werde mit Ihnen ein Experteninterview im Rahmen meiner Bachelor-Thesis durchführen. Ist es für Sie in Ordnung, wenn ich dieses Gespräch aufzeichne und anschließend die gewonnenen Informationen für meine Bachelor-Thesis nutzen werde?

[...]

Zunächst bedanke ich mich bei Ihnen, dass Sie mich bei meiner Thesis unterstützen. Das Thema lautet „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“ und eine der ausgewählten Destinationen ist Berlin.

Bitte erzählen Sie einmal kurz, wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Berlin stehen bzw. seit wann Sie in Berlin leben.

[...]

Wann haben Sie das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie darunter?

[...]

Und wann haben Sie das Phänomen des Overtourism das erste Mal im Zusammenhang mit Berlin gehört?

[...]

Sie sind selbst in der Tourismusbranche tätig. Wie sehen Sie die Entwicklung des Tourismus in Berlin?

[...]

Gab es den Zeitpunkt, an dem Sie das Gefühl hatten, es kommen zu viele Touristen nach Berlin? Falls ja, wann war das und in welcher Situation und an welchem Ort befanden Sie sich?

[...]

Hat der Overtourism für Sie persönlich und auf Ihren Alltag Auswirkungen und falls ja, wie macht er sich bemerkbar?

[...]

Warum ist aus Ihrer Sicht ausgerechnet Berlin bzw. bestimmte Bezirke Berlins vom Overtourism betroffen?

[...]

Das von Ihnen mitentwickelte neue Tourismuskonzept Berlin 2018+ sieht vor, dass der momentan räumlich stark konzentrierte Tourismus sich mehr auf alle zwölf Bezirke verteilen soll, da diese ebenfalls Potenziale bieten.

Wie soll es erreicht werden, dass die Touristen vermehrt die weniger besuchten Bezirke aufsuchen? Werden hierfür Marketingmaßnahmen durchgeführt?

[...]

Sie geben im Tourismuskonzept Berlin 2018+ an, dass die Außenbezirke besonders für Berlin-Wiederkehrer attraktiv seien. Doch wie schafft man es, auch Besucher, die das erste Mal in Berlin sind, in die Außenbezirke zu locken?

[...]

Im Tourismuskonzept Berlin 2018+ ist zudem angegeben, dass viele internationale Touristen (besonders über soziale Medien) auf der Suche nach Geheimtipps sind. Hierbei steht das Motiv „live like a local“ im Vordergrund und diese „places to be“ fördern dann u. a. Lärm und Müll.

Wie schätzen Sie daher die Wichtigkeit der Berliner und Berlinerinnen in Bezug auf die Vermarktung ihrer eigenen Bezirke ein? Könnten durch entsprechendes Verhalten der Einheimischen Geheimtipps vermehrt auch in Außenbezirken entstehen? Wie schätzen Sie den Einfluss der Einheimischen auf internationale Touristen ein?

[...]

Im Tourismuskonzept 2018+ ist als Vorschlag zur Verbesserung des innerstädtischen Verkehrs angegeben, dass man die Hop-On-Hop-Off-Busse umrüsten könnte, um weniger Emissionen auszustoßen.

Ist hier bisher schon etwas umgesetzt worden?

[...]

In welchen Bezirken sehen Sie Verbesserungspotenzial in Bezug auf den ÖPNV? Würde eine Verbesserung des ÖPNV in den Außenbezirken dazu beitragen, die Touristenströme zu entzerren?

[...]

In Berlin möchte man den Radtourismus weiter ausbauen, in Amsterdam hingegen werden mittlerweile Grenzen für Radverleihe an Touristen gesetzt.

Sehen Sie für Berlin eine Problematik in Bezug auf den Radtourismus? Was hat Amsterdam Ihrer Meinung nach falsch gemacht im Radtourismus bzw. wo gäbe es Verbesserungspotenzial?

[...]

In Amsterdam überlegt die Regierung, die Hotelsteuer anzuheben, um damit dem Overtourism entgegen zu wirken.

Würden Sie eine solche Erhöhung für Berlin, oder für besonders überlastete Bezirke Berlins, als sinnvoll erachten? Wenn nein, was spricht aus Ihrer Sicht dagegen?

[...]

Das Qualitätsmanagement in den Berliner Hotels ist laut dem Tourismuskonzept Berlin 2018+ noch sehr ausbaufähig. Aktuell ist nur gut die Hälfte der Hotelbetriebe nach dem Standard der DEHOGA klassifiziert und am Qualitätsmanagementinstrument ServiceQualität Deutschland nehmen sogar nur 49 Betriebe aus verschiedenen Branchen teil.

Gibt es geplante Maßnahmen, um das Qualitätsmanagement deutlich auszubauen? Wäre es nicht sinnvoll, für die Betriebe Anreize zu schaffen?

[...]

Welche Auswirkungen hätte ein Anstieg des Qualitätsmanagements Ihrer Meinung nach für die Tourismusedwicklung in Berlin?

[...]

Laut einer Umfrage verbinden fast 80% aller befragten Teilnehmer den Begriff „Freiheit“ stark bzw. sehr stark mit Berlin. Der Markenkern „Stadt der Freiheit“ ist daher wichtiges Element der Tourismuskampagnen.

Was verstehen die Touristen die Freiheit bzw. wie wird diese interpretiert? Wie wird die Freiheit von visitBerlin präsentiert und interpretiert?

[...]

Es wurde bereits im Jahr 2013 eine Geschäftsstelle eingerichtet mit dem Namen „Akzeptanzerhaltung im Tourismus“ mit der Aufgabe, die Akzeptanz der Einheimischen gegenüber dem Tourismus langfristig zu sichern.

Welche Maßnahmen wurden von der Geschäftsstelle vorgenommen? War die Einführung dieser Geschäftsstelle ein Erfolg?

[...]

Laut einer von visitBerlin in Auftrag gegebenen Studie von 2016 kann man einen klaren Zusammenhang erkennen zwischen der Anzahl der Unterkünfte und der Unzufriedenheit der Einheimischen über den Tourismus. In Mitte gaben fast die Hälfte der Einheimischen an, sich vom Tourismus gestört zu fühlen, in Kreuzberg fühlt sich jeder Dritte eingeschränkt.

Ist eine weitere Befragung dieser Art in naher Zukunft geplant? Müsste man von noch höheren Unzufriedenheitswerten ausgehen, da die Touristenzahlen seit 2016 weiter angestiegen sind?

[...]

Was sind Ihrer Meinung nach Auslöser für eine Gentrifizierung von Kiezen und Bezirken?

[...]

In der SWOT-Analyse des neuen Tourismuskonzepts Berlin 2018+ wird die Sicherung und Steigerung der Wertschöpfung durch die Erschließung neuer Zielgruppen und Quellmärkte mit dem Fokus auf dem Qualitätstourismus als Chance genannt.

Welche neuen Zielgruppen und Quellmärkte sind hier in Bezug auf Qualitätstourismus gemeint?

[...]

Das Monitoring spielt im neuen Tourismuskonzept Berlin 2018+ eine wichtige Rolle. Für das Monitoring wurden verschiedene Erfolgskennzahlen für einen stadtverträglichen Tourismus genannt.

Können Sie mir sagen, mit welchen dieser KPIs tatsächlich gearbeitet wird? Welche Kennzahlen haben sich als besonders sinnvoll erwiesen?

[...]

Als eine der Aufgaben ist im Tourismuskonzept Berlin 2018+ die Regulierung der neuen touristischen Wohnformen genannt.

Wie sollen diese reguliert werden?

[...]

Die neuen Technologien spielen auch im Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Wie sollen die Technologien eingesetzt werden, um die Konzentration der Touristen aus der Stadtmitte auch auf andere Bezirke auszuweiten?

[...]

Laut einer Airbnb-Studie gibt es durch die private Vermietung über das Portal keine negativen Auswirkungen auf Destinationen. Airbnb gibt an, dass die Touristen sich durch die Buchungs-Plattform sogar besser verteilen würden und die Erfahrung für beide Seiten, Gastgeber und Gast, positiv wären.

Was sagen Sie dazu?

[...]

Viele Einheimische sehen den Einfluss von Airbnb längst nicht so positiv und sind der Meinung, dass Vermietungen solcher Art für steigende Mieten, Wohnungsnot und Immobilienspekulationen verantwortlich sind sowie die Gentrifizierung von Vierteln in Berlin.

Sehen Sie das auch so bzw. wie sind Ihre Erfahrungen hierzu?

[...]

In Barcelona versucht man mit einem Verbot von neuen Hotels, die Unzufriedenheit der Einwohner zu bekämpfen. Wäre es anhand dieser Befragung der Berliner nicht sogar ratsam, einen Stopp von Bauplänen für weitere Hotels zu verhängen?

[...]

In Amsterdam wurde im Oktober 2017 bereits beschlossen, dass in der Innenstadt keine neuen Geschäfte, d. h. „Touristen-Shops“, mehr eröffnen dürfen. Für private Vermietung über Airbnb wurde die bereits vorhandene Obergrenze an vermieteten Tagen pro Unterkunft verschärft. Reisebusse sollen künftig die Innenstadt nicht mehr anfahren dürfen und Kreuzfahrtschiffe nicht im Hafen anlegen. Zusätzlich soll der Auto- und Fahrradverleih in der Innenstadt beschränkt werden. Außerdem sollen viele Tausende Wohnungen gebaut werden, um der Wohnungsnot zu trotzen.

Was sagen Sie zu diesen Maßnahmen? Finden Sie diese radikal und für den Tourismus eher schädigend oder halten Sie dieses Konzept für sinnvoll? Wären Maßnahmen hiervon auf Berlin anwendbar?

[...]

Was halten Sie von dem Zweckentfremdungsverbot, welches 2014 eingeführt und 2018 verschärft wurde? Würden Sie sagen, dass dieses Gesetz bisher Erfolg hatte?

[...]

Denken Sie, dass es sich beim Overtourism um ein vorübergehendes Phänomen handelt, welches sich von alleine einpendelt, sobald sich die Einheimischen

daran gewöhnt haben? Oder denken Sie, dass es sich um ein global wachsendes Problem handelt, welches aktiv eingedämmt werden muss?

[...]

Im Rahmen meiner Recherchen ist mir immer wieder aufgefallen, dass das Destinationsmanagement eng mit der Politik verbunden ist. Daher gibt es viele Maßnahmen gegen Overtourism auf politischer Ebene. Jedoch gehe ich in meiner Arbeit auch auf Maßnahmen auf weiteren Ebenen ein, nämlich die sozio-kulturelle, die ökologische, die ökonomische sowie die technologische.

Haben Sie hierzu Ideen für Maßnahmen oder Handlungsempfehlungen?

[...]

Wir haben bereits viel über die Inhalte des Tourismuskonzepts Berlin 2018+ gesprochen.

Möchten Sie dem noch etwas hinzufügen?

[...]

Gibt es etwas, das Sie im Zusammenhang zu dem Thema noch ansprechen möchten?

[...]

Leitfaden – Experten-Interview 3

Experteninterview Herr Schwarze – Berlin

Leitfaden zum Interview:

Ich werde mit Ihnen ein Experteninterview im Rahmen meiner Bachelor-Thesis durchführen. Ist es für Sie in Ordnung, wenn ich dieses Gespräch aufzeichne und anschließend die gewonnenen Informationen für meine Bachelor-Thesis nutzen werde?

[...]

Zunächst bedanke ich mich bei Ihnen, dass Sie mich bei meiner Thesis unterstützen. Das Thema lautet „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“ und eine der ausgewählten Destinationen ist Berlin.

Bitte erzählen Sie einmal kurz, wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Berlin stehen bzw. seit wann Sie in Berlin leben.

[...]

Wann haben Sie das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie darunter?

[...]

Und wann haben Sie das Phänomen des Overtourism das erste Mal im Zusammenhang mit Berlin gehört?

[...]

Gab es den Zeitpunkt, an dem Sie das Gefühl hatten, es kommen zu viele Touristen nach Berlin? Falls ja, wann war das und in welcher Situation und an welchem Ort befanden Sie sich?

[...]

Hat der Overtourism für Sie persönlich und auf Ihren Alltag Auswirkungen und falls ja, wie macht er sich bemerkbar?

[...]

Warum ist aus Ihrer Sicht ausgerechnet Berlin bzw. bestimmte Bezirke Berlins vom Overtourism betroffen?

[...]

VisitBerlin und die Senatsverwaltung hat ein neues Tourismuskonzept entwickelt. Dieses sieht vor, dass der momentan räumlich stark konzentrierte Tourismus sich mehr auf alle zwölf Bezirke verteilen soll, da diese ebenfalls Potenziale bieten.

Wie ist es Ihrer Meinung nach möglich, eine bessere Verteilung der Touristenströme zu erreichen?

[...]

Im Tourismuskonzept Berlin 2018+ ist zudem angegeben, dass viele internationale Touristen auf der Suche nach Geheimtipps sind. Hierbei steht das Motiv „live like a local“ im Vordergrund und diese „places to be“ fördern dann u. a. Lärm und Müll.

Wie schätzen Sie daher die Wichtigkeit der Berliner und Berlinerinnen in Bezug auf die Vermarktung ihrer eigenen Bezirke ein? Wie sehen Sie den Einfluss der Einheimischen auf internationale Touristen?

[...]

Es wurde bereits im Jahr 2013 eine Geschäftsstelle eingerichtet mit dem Namen „Akzeptanzerhaltung im Tourismus“ mit der Aufgabe, die Akzeptanz der Einheimischen gegenüber dem Tourismus langfristig zu sichern.

Wie sind Ihre Erfahrungen mit dieser Geschäftsstelle?

[...]

In Amsterdam überlegt die Regierung, die Hotelsteuer anzuheben, um damit dem Overtourism entgegen zu wirken.

Würden Sie eine solche Erhöhung für Berlin, oder für besonders überlastete Bezirke Berlins, als sinnvoll erachten? Wenn nein, was spricht aus Ihrer Sicht dagegen?

[...]

Laut einer von visitBerlin in Auftrag gegebenen Studie von 2016 kann man einen klaren Zusammenhang erkennen zwischen der Anzahl der Unterkünfte und der Unzufriedenheit der Einheimischen über den Tourismus. In Mitte gaben fast die Hälfte der Einheimischen an, sich vom Tourismus gestört zu fühlen, in Kreuzberg fühlt sich jeder Dritte eingeschränkt. In Barcelona versucht man mit einem Verbot von neuen Hotels, die Unzufriedenheit der Einwohner zu bekämpfen.

Meinen Sie, dass ein Stopp von neuen Hotels/Hostels die Unzufriedenheit eindämmen könnte?

[...]

Was sind Ihrer Meinung nach Auslöser für eine Gentrifizierung von Kiezen und Bezirken?

[...]

Die neuen Technologien spielen auch im Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Wie könnte man die Technologien einsetzen, um die Konzentration der Touristen aus der Stadtmittle auch auf andere Bezirke auszuweiten?

[...]

Laut einer Airbnb-Studie gibt es durch die private Vermietung über das Portal keine negativen Auswirkungen auf Destinationen. Airbnb gibt an, dass die Touristen sich durch die Buchungs-Plattform sogar besser verteilen würden und die Erfahrung für beide Seiten, Gastgeber und Gast, positiv wären.

Was sagen Sie dazu?

[...]

In Amsterdam wurde im Oktober 2017 bereits beschlossen, dass in der Innenstadt keine neuen Geschäfte, d. h. „Touristen-Shops“, mehr eröffnen dürfen. Für private Vermietung über Airbnb wurde die bereits vorhandene Obergrenze an vermieteten Tagen pro Unterkunft verschärft. Reisebusse sollen künftig die Innenstadt nicht mehr anfahren dürfen und Kreuzfahrtschiffe nicht im Hafen anlegen. Zusätzlich soll der Auto- und Fahrradverleih in der Innenstadt beschränkt werden. Außerdem sollen viele Tausende Wohnungen gebaut werden, um der Wohnungsnot zu trotzen.

Was sagen Sie zu diesen Maßnahmen? Finden Sie diese radikal und für den Tourismus eher schädigend oder halten Sie dieses Konzept für sinnvoll? Wären Maßnahmen hiervon auf Berlin anwendbar?

[...]

Was halten Sie von dem Zweckentfremdungsverbot, welches 2014 eingeführt und 2018 verschärft wurde? Würden Sie sagen, dass dieses Gesetz bisher Erfolg hatte?

[...]

Denken Sie, dass es sich beim Overtourism um ein vorübergehendes Phänomen handelt, welches sich von alleine einpendelt, sobald sich die Einheimischen daran gewöhnt haben? Oder denken Sie, dass es sich um ein global wachsendes Problem handelt, welches aktiv eingedämmt werden muss?

[...]

Im Rahmen meiner Recherchen ist mir immer wieder aufgefallen, dass das Destinationsmanagement eng mit der Politik verbunden ist. Daher gibt es viele Maßnahmen gegen Overtourism auf politischer Ebene. Jedoch gehe ich in meiner Arbeit auch auf Maßnahmen auf weiteren Ebenen ein, nämlich die sozio-kulturelle, die ökologische, die ökonomische sowie die technologische.

Haben Sie hierzu Ideen für Maßnahmen oder Handlungsempfehlungen?

[...]

Gibt es etwas, das Sie im Zusammenhang zu dem Thema noch ansprechen möchten?

Experten-Interview 1

Interviewer: Silvana Wrusch

Befragter: Kathrin Bremer

Im Nachfolgenden I und B genannt



1. *I: Vielen, vielen Dank nochmal, dass Sie mich bei der Thesis unterstützen, denn ich habe mich wirklich an Ihre Vorlesungen damals erinnert und was Sie beruflich und da habe ich gedacht, das würde wirklich super passen. Also das Thema lautet ja „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“ und eine der ausgewählten Destinationen ist Mallorca. Bitte erzählen Sie doch erst einmal kurz, wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Mallorca stehen bzw. seit wann Sie auf der Insel leben. #00:46#*

B: Ja, also ich bin ja von Hause aus ursprünglich mal Hotelfachfrau und hab dann als Reiseleiterin hier auf Mallorca gearbeitet für die TUI. Das war 1991, 1992, also das war mein erster beruflicher Kontakt mit Mallorca und wo ich mich ehrlich gesagt in die Insel verliebt hab. Und dann bin ich danach eigentlich jedes Jahr wiedergekommen, also mindestens einmal im Jahr hier gewesen, hab dann meine Diplomarbeit zum Beispiel geschrieben über Wandertourismus auf Mallorca. Das war im Jahr 2000 und das hatte eben auch schon diesen Aspekt mit der Idee des nachhaltigen Tourismus. Meine Forschungsfrage damals war „Ist der Wandertourismus eine Alternative zum Massentourismus oder eher ein absehbarer Nutzungskonflikt?“. Naja, dann habe ich halt irgendwie immer weiter den Kontakt gehalten und ich lebe jetzt seit fast sechs Jahren

	<p>permanent auf Mallorca und hab aber wie gesagt seit 1991 eigentlich immer Kontakt gehabt. Und von Hause aus bin ich Geographin, ich hatte eben immer auch diesen Fokus mit nachhaltigem Tourismus, was ja das Gegenteil eben von Overtourism ist und hab viel im Tourismus gearbeitet, aber auch in der Entwicklungszusammenarbeit. #02:19#</p>
2.	<p><i>I: Wann haben Sie denn das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie darunter? #02:25#</i></p> <p>B: Also das erste Mal davon gehört weiß ich gar nicht ganz genau, aber so lange ist das noch nicht her, ich glaub, den gibt es auch als Begriff noch gar nicht so lange. Also ich würde sagen, vielleicht vor zwei Jahren. Ich finde, er erfasst das Problem aber ganz gut und ich verstehe darunter, wenn der Tourismus in einer Destination einfach so massiv wird, dass er negative Auswirkungen auf das Soziale, auf die Ökonomie und die Ökologie einer Destination hat. Und bei, aber da kommen Sie ja wahrscheinlich gleich zu, Mallorca, da sehe ich das halt auch als gegeben an. #03:03#</p>
3.	<p><i>I: Ja genau, also das wäre jetzt die nächste Frage, wann Sie dieses Phänomen des Overtourism das erste Mal im Zusammenhang mit Mallorca gehört haben. Das war ja dann wahrscheinlich auch ungefähr vor zwei Jahren. #03:14#</i></p> <p>B: Ja, also das Gefühl war allerdings schon länger da, den Begriff gibt es ja irgendwie noch nicht so lange, aber das Gefühl, dass es eigentlich bei Mallorca schon darüber hinaus geht, was so verkräftbar ist an Obergrenze, das habe ich schon länger gehabt, das habe ich eigentlich schon, seitdem ich hier angekommen bin. Also insbesondere haben wir ja hier ein Problem mit Wasser und das manifestiert sich dann immer wieder mal, ne? In einem Jahr weniger schlimm, im anderen schlimmer, es ist immer ein bisschen unterschiedlich und das ist eins der Probleme, die dann halt damit zusammenhängen. #03:49#</p>

4.	<p><i>I: Okay. Also das heißt, der Overtourism hat schon auch für Sie persönlich und auf Ihren Alltag Auswirkungen gehabt, zum Beispiel durch den Wassermangel. #03:58#</i></p>
	<p>B: Ja, und was tatsächlich auch auf mich persönlich direkt Einfluss hat, das ist die Masse an Kreuzfahrtschiffen, die kommt, also wir haben teilweise bis zu sieben Kreuzfahrtschiffe am Tag gehabt und ich wohne in einem Viertel, das heißt El Terreno, also in Palma, wo ich direkt auf den Hafen gucke und es ist wirklich so, dass man die Emissionen, die kriegt ich auf meinem Balkon mit. Das sehe ich an den Pflanzen, dass sich da eben die Emissionen absetzen, das sieht man in der Luft, wenn man irgendwie immer beobachtet die Ausstöße, die die Kreuzfahrtschiffe haben. Also das ist tatsächlich das, was ich direkt am eigenen Leib mitbekomme. #04:44#</p>
5.	<p><i>I: Ja, das ist natürlich ärgerlich, wenn man das direkt mitbekommt. Sie sind ja selbst in der Tourismusbranche tätig. Wie sehen Sie denn insgesamt die Entwicklung des Tourismus auf Mallorca, insbesondere natürlich auch in Palma? #05:02#</i></p>
	<p>B: Also ich bin ja für einen Reiseveranstalter tätig, die machen Wanderreisen, also das erschließt sich ja auch so aus meinem beruflichen Werdegang, dass das irgendwie auch ganz gut zusammenpasst. Das ist für mich schon eine Form von nachhaltigem Tourismus, allerdings, wenn ich da so ein bisschen ausholen darf, auch da sehe ich Schwierigkeiten, denn wenn sich jetzt alle Welt nur auf Wandertourismus stürzen würde, dann wäre es natürlich auch wieder nicht gut, wenn dann irgendwie wirklich die Tramuntana, das ist die Bergwelt hier, wo wir vor allem unterwegs sind, wenn die dann wieder zu viele Touristen vertragen müsste. Also das ist das eine, wo ich irgendwie denke, erstmal ist Wandertourismus natürlich gut als Alternative und nachhaltige Tourismusform, aber auch da ist es natürlich nicht die Lösung für das Gesamtproblem. Und in Palma ist es tatsächlich so, also was ich da als eines der Hauptprobleme sehe, sind auch wieder die Kreuzfahrer, die dann eben zu Massen in die</p>

	<p>Stadt einfallen, weil die kommen ja alle morgens an und fahren nachmittags wieder weg, das heißt die Touristen, die auf den Kreuzfahrtschiffen sind, die haben nur ein bestimmtes Zeitfenster und dann fluten die wirklich die Stadt, dass man sich das wirklich gar nicht vorstellen kann. Dann sind die ganzen öffentlichen Verkehrsmittel verstopft, weil die eine Linie, mit der dann halt viele fahren, wenn sie nicht einen eigenen Shuttle haben, und dann kann es wirklich zu richtigen Problemen kommen. Und was wir in Palma natürlich auch haben, das ist, dass hier die Mietpreise unheimlich gestiegen sind in den letzten Jahren, weil ganz viele Privatmenschen oder auch die, die das gewerblich machen über Airbnb vermieten und wo dann eben Wohnungen einfach nicht mehr auf dem normalen Mietmarkt zur Verfügung stehen, sondern stattdessen ferienvermietet werden, weil man damit natürlich mehr Geld verdienen kann. Und da hat jetzt aber die Inselregierung Gott sei Dank ein Gesetz erlassen, was das Ganze ein bisschen eindämmt und was auch hohe Strafen bedeutet, wenn man erwischt wird, dass man das illegal macht, weil man eigentlich eine Lizenz beantragen muss, pro Bett dann eben eine bestimmte Gebühr bezahlen. Wenn man sich sozusagen dabei erwischen lässt, dass man das illegal macht, dann gibt es recht drakonische Strafen, deswegen hat das jetzt wohl ein bisschen nachgelassen. Wobei man das auf dem Mietmarkt finde ich noch nicht merkt, also da ist noch nicht eine wirkliche Entspannung eingetreten. #07:56#</p>
6.	<p><i>I: Okay, das wäre jetzt nämlich meine Frage gewesen, ob es denn da schon tatsächlich Änderungen gibt, denn ich habe mich im Rahmen der Thesis mehr mit dem Thema Airbnb befasst und wie verschiedene Destinationen versuchen, dagegen zu wirken, aber habe noch nirgendwo herauslesen können, dass es wirklich erfolgreich war, diese Obergrenzen oder diese Lizenzen, die vergeben werden. #08:18#</i></p> <p>B: Also was man wohl feststellen kann, ist, dass es weniger Angebot bei Airbnb gibt, das habe ich irgendwo gelesen, aber was eben noch</p>

	<p>nicht durchgeschlagen hat, ist, dass es dadurch wieder mehr Wohnungen zur Verfügung gibt und das kann ich mir auch noch nicht so richtig erklären, woran das liegt. #08:43#</p>
<p>7.</p>	<p><i>I: War es denn für Sie in Ihrem Job eventuell aber sogar vorteilhaft, dass immer mehr Touristen auf die Insel kommen oder hatte das dort keine Auswirkungen? #08:57</i></p> <p>B: Nee, das hat in dem Segment eigentlich keine Auswirkungen. Also ich stehe dem ganzen wirklich sehr kritisch gegenüber, dass es jedes Jahr irgendwie zu weiteren Steigerungen der Tourismuszahlen kommen soll, weil ich wirklich eine Verfechterin davon bin, dass ich glaube, es gibt eine Obergrenze und ich meine, wir haben ja hier so einen Schlüssel, wir haben knapp eine Million Einwohner, ich glaube 900.000 ungefähr, auf Mallorca – auf den ganzen Balearen sind es 1,1 Millionen – und wir haben in Mallorca fast 14 Millionen Touristen letztes Jahr gehabt. Also der Schlüssel ist so ungefähr 1:14 und es gibt nicht viele Destinationen, in denen er noch viel höher ist und ich finde, es gibt einfach auch eine Obergrenze. Das geht zum einen natürlich so in ökologische Belange rein, mit Wasser und Emissionen, was wir gerade schon hatten, aber auch dass die Einwohner hier irgendwann das Gefühl von Überfremdung haben. Ich bin mit einem Spanier zusammen, er ist Katalane, und wir sind gestern zum Beispiel in Peguera gewesen, im Sommer kann man da gar nicht hinfahren, weil da irgendwie alles nur voller Touristen ist, aber im Winter ist es eigentlich ganz schön, und er hat sich aber fürchterlich aufgeregt, weil es da zum Beispiel irgendwie Restaurants gibt, wo die Karten nur auf Deutsch sind. Das hat ihn irgendwie wirklich richtig geärgert. #10:35#</p>
<p>8.</p>	<p><i>I: Ja, das glaub ich, das ist ja dann schon wieder noch einmal ein Schritt weiter, also dass die Destination sich ja nur noch auf die Touristen hin ausstatten. Warum ist denn aber aus Ihrer Sicht ausgerechnet Mallorca vom Overtourism betroffen? #11:08#</i></p> <p>B: Dass Mallorca so beliebt ist, das liegt natürlich irgendwie an der guten Erreichbarkeit, das liegt daran, dass es wirklich unglaublich</p>

	<p>vielfältig ist. Die Insel, die bietet so viel wie ich keine andere Destination in irgendwie 2,5 Stunden Flugentfernung von den meisten deutschen Flughäfen kenne. Also es gibt auch noch andere wunderschöne Inseln, ne, also was weiß ich, Sardinien, Korsika oder andere Destinationen, aber Mallorca ist einfach so vielfältig. Und ich glaube natürlich schon auch, dass es irgendwie auch was ausmacht, dass es halt so deutsch ist, ne, also dass man hier auch so einfach Urlaub machen kann. Ich mein, den Ballermann-Tourismus kennen wir ja seit Jahrzehnten irgendwie, das ist eine ganz bestimmte Klientel, die dahinfährt und zusätzlich zu denen haben dann eben noch ganz viele andere auch erkannt, dass Mallorca – für mich ist es wirklich das Paradies, so vom naturräumlichen oder auch Palma ist eine wunderschöne Stadt. #12:31#</p>
9.	<p><i>I: Konnte denn die Politik Ihrer Meinung nach schon eine Verbesserung der Situation erreichen oder ist es jetzt gerade wirklich erst soweit, dass der Umbruch erst stattfindet, und man merkt, man muss einfach nach und nach immer mehr regulieren? #12:44#</i></p>
	<p>B: Also die jetzige Regierung, die versucht wirklich was zu tun, es ist finde ich wirklich eine sehr gute Regierung, die da versucht eben auch in richtige Bahnen zu lenken. Zum Beispiel hat sie gerade eine neue Kampagne aufgelegt, die heißt „Nachhaltige Inseln“, die ist auf verschiedenen Sprachen gefahren, und da ist die Idee, also zum einen gibt es ja seit 2016 die Ökosteuer, die jeder Tourist bezahlen muss, der hierhin kommt, und die wird halt für verschiedene Projekte eingesetzt, unter anderem zum Beispiel zum Anlegen von Wanderwegen oder Radwegen, also um diesen nachhaltigen Tourismus zu fördern, aber auch zum Beispiel werden dafür Landgüter gekauft, wo dann architektonische wertvolle Gebäude erhalten werden oder wiederaufgebaut werden. Es wird aber auch investiert in Umweltschutz, also zum Beispiel es gibt so ein spezielles Seegrass, was gefährdet ist, was aber ganz wichtig für die Flora und Fauna und die Sauberkeit des Meeres ist, da wird zum Beispiel ganz</p>

	<p>viel Geld rein investiert. Naja, und diese neue Kampagne, die „Nachhaltige Inseln“ heißt, die wird halt versucht den Touristen nahe zu bringen, ne, also den Touristen zu erklären, warum es halt wichtig ist, diese Ökosteuer, wofür die eingesetzt wird und dass das eben die Insel, die Inseln, schützt. Also da geht es nicht nur um Mallorca, sondern um die ganzen Balearen, aber natürlich viel auch um diese Insel hier. #14:24#</p>
10.	<p><i>I: Okay, also da versucht man dann schon, das Bewusstsein der Touristen auch einfach zu stärken, indem man ihnen die Dinge erklärt, das ist ja ein guter Ansatz. #14:34#</i></p> <p>B: Ja, und das versuchen sie halt auf verschiedenen Wegen, also sie arbeiten mit Medien zusammen, also die Mallorca Zeitung oder das Mallorca Magazin sind ja hier so die beiden Leitmedien für die deutschen Residenten und Touristen, also da wird mit denen viel zusammen gearbeitet, aber dann auch in den Hotels werden Broschüren ausgelegt, es gibt Flyer und eine Website, die gerade überarbeitet wird. Dann gibt es aber auch noch, und das finde ich auch sehr gut, einen runden Tisch mit dem Bürgermeister von Palma, da bin ich auch Mitglied, das ist ein runder Tisch, der sich explizit an ausländische Residenten hier wendet, um zu versuchen, Leute wie mich ins Boot zu holen, damit wir eben auch versuchen, in die richtige Richtung unsere Kräfte einzusetzen. Der findet in unregelmäßigen Abständen statt, aber dieser Bürgermeister, den wir gerade haben, der ist wirklich auch unglaublich aktiv und der versucht auch, wirklich was zu bewegen. Das Ding ist natürlich, dieses Jahr haben wir Wahlen und da wird man dann wieder schauen, ob es so weitergeht, ob die jetzige Regierung weitermachen kann, wobei ja schon die PP, das ist ja die große Konkurrenzpartei, also Partido Popular, die haben schon angekündigt, dass sie auf jeden Fall die Ökosteuer nicht zurücknehmen werden. Das ist schon mal ein Riesen-Vorteil, denn das ist in den vergangenen Jahren auch schon anders gewesen, da wurde auch schon mal eine Ökosteuer eingeführt und als dann der</p>

	Regierungswechsel war, hat die neue Regierung das sofort wieder einkassiert, einfach nur, weil es von der Opposition war. #16:21#
11.	<i>I: War das nicht mit der Mietwagensteuer irgendwie ähnlich? Ich meine, ich habe da etwas gelesen, dass diese eingeführt werden sollte und dann wohl doch wieder nicht. #16:32#</i>
	B: Mietwagensteuer, kann ich im Moment gerade nicht viel dazu sagen, da klingelt bei mir gerade nichts. #16:39#
12.	<i>I: Okay. Wie stehen denn die lokalen Tourismusunternehmen zu den Plänen der Regierung? Gibt es da Unterstützung oder auch Ablehnung? #16:47#</i>
	B: Ja, es gibt auch Ablehnung, also es ist zum Beispiel so, dass nur noch 4*- und 5* Hotels gefördert werden, das heißt die 2* und 3*, oder sogar 1* Hotels, ich glaube, die gibt es schon gar nicht mehr, aber die sehen sich irgendwie dem gegenüber, dass sie überhaupt gar nicht mehr unterstützt werden, das finden solche Hoteliers natürlich nicht gut. Anfangs war der Hoteliersverband auch gegen die Ökosteuer, aber mittlerweile haben sie das geschluckt und unterstützen das mittlerweile vielleicht sogar. Aber natürlich gibt es auch immer Ablehnung gegen die Pläne, also wenn zum Beispiel eigentlich die Idee schon ist, dass man vielleicht sogar nicht noch mehr Kreuzfahrtschiffe haben will, dann schmeckt das nicht jedem. Es ist auch in dem Fall so, dass die Verwaltung über die Häfen, die liegt zum Beispiel nicht in der Hand der mallorquinischen Inselregierung, sondern bei der Zentralregierung in Madrid, was dann natürlich bedeutet, dass hier gar nicht so was entschieden werden kann. #18:10#
13.	<i>I: Zum Nachteil der Mallorquiner denke ich, oder? #18:12#</i>
	B: Ich finde ja. Da gibt es sicherlich auch andere Stimmen, aber ich finde ja. #18:17#
14.	<i>I: Okay. Generell ist es ja, dass die Insel natürlich schon seit Jahrhunderten vom Tourismus lebt und auch diesen Massentourismus gibt es ja schon lang. Nach meinen Recherchen wird die</i>

	<p><i>Landwirtschaft immer weniger auf der Insel. Könnte man da nicht sogar davon ausgehen, dass die Bewohner froh sein können, dass viele Touristen kommen, weil der Tourismus ja natürlich auch zum Wohlstand auf der Insel beiträgt und Arbeitsplätze schafft? #18:47#</i></p>
	<p>B: Naja, es gibt ja immer welche, die direkt vom Tourismus leben, dann gibt es welche, die indirekt vom Tourismus leben und dann gibt es aber auch eine Menge an Menschen, die nicht vom Tourismus leben, die damit wirklich nichts zu tun haben. Und die Folgen des Tourismus, die müssen aber natürlich alle tragen und ich kenne schon einige Menschen in meinem Freundeskreis, die wirklich eben auf jeden Fall sagen, „Okay, Tourismus ist ja in Ordnung, aber nicht jedes Jahr noch weitere Steigerungen“, also dass sozusagen es vielen jetzt reicht mit der Anzahl der Touristen, die kommen. Also dass auf jeden Fall nicht von weiteren Steigerungen ausgegangen werden soll. Also es gibt viele Menschen in meinem direkten Umfeld, die haben überhaupt gar nichts mit dem Tourismus zu tun. Und es ist auch so, da gibt es eine spannende Studie über die Zimmermädchen, die sind jetzt irgendwie auch in den letzten Monaten immer wieder auf die Straße gegangen und haben wirklich massiv demonstriert und am Ende auch wirklich was damit erreicht. Da hat sich zum Beispiel gezeigt, dass die trotz gestiegenem Tourismus nicht mehr verdient haben, also der Lohn ist gleichgeblieben und mussten dafür mehr arbeiten, also da hat sich das überhaupt nicht positiv niedergeschlagen, sondern negativ, wenn immer mehr Touristen kommen. #20:30#</p>
15.	<p><i>I: Das fördert den Unmut dann natürlich noch mehr. Man hat ja auch in den Medien immer wieder gelesen, dass gegen zu viele Touristen demonstriert wird, dass diese sogar auch schon am Flughafen mit Plakaten empfangen werden und Graffitis an Hotels gesprüht werden. Ist die Stimmung denn unter den Einheimischen eher negativ oder ist die Gesellschaft eher zwiegespalten? Wie würden Sie das sehen, vielleicht von Ihrem persönlichen Umfeld aus gesehen? #20:56#</i></p>

	<p>B: Also ich denke, der Großteil der Bevölkerung ist sicherlich positiv gegenüber dem Tourismus eingestellt, weil viele da eben von leben. Und dann gibt es welche, denen ist es vielleicht ein Stück weit ein bisschen egal und dann gibt es aber auf jeden Fall auch, würde allerdings sagen bisher eine Minderheit, die eben den Tourismus ablehnt. Und dann gibt es ganz kleine Minderheit, die eben sogar radikal dagegen angehen will, aber das bezieht sich ja wirklich auch mehr auf zum Beispiel eine Organisation, die heißt Arran, eine andere heißt Terraferida und dann gibt es noch Amics de la Terra. Also es gibt so verschiedene Organisationen, die eben speziell gegen Tourismus arbeiten, und dann gibt es aber natürlich auch noch einige Organisationen, die sich versuchen zum Beispiel für die Ökologie der Insel einzusetzen. Die sind dann nicht direkt gegen den Tourismus, aber wenn zum Beispiel irgendwelche neuen Tourismusprojekte gebaut werden sollen, da geht dann auch der GOB gegen an, das ist hier so die größte Umweltschutzorganisation. Also ich denke, die Gesellschaft ist sehr dispers, also nicht homogen. #22:21#</p>
<p>16.</p>	<p><i>I: Overtourism wird ja auch immer wieder in Zusammenhang mit Kreuzfahrtschiffen genannt. Mallorca hat einen der beliebtesten Kreuzfahrthäfen weltweit. Ich habe recherchiert, dass zum Beispiel 2017 889 Kreuzfahrtschiffe auf Mallorca angelegt haben mit insgesamt 1,6 Millionen Kreuzfahrtpassagieren. Und 2018, als die Symphony of the Seas bei der Jungfernfahrt an der Insel anlegte, es erneut Proteste gab. #22:51#</i></p> <p>B: Da war ich auch dabei. #22:54#</p>
<p>17.</p>	<p><i>I: Wie sehen Sie denn den Anstieg an Kreuzfahrtschiffen? Wo muss man da die Grenze ziehen Ihrer Meinung nach? #23:03#</i></p> <p>B: Also ich finde, man muss schon eine Obergrenze festlegen von Schiffen, die pro Tag hier den Hafen erreichen dürften. Das ist auch etwas, das ich vorhin noch vergessen habe zu sagen, was man hier auch wirklich als direkte Auswirkung in meinem Viertel hat, ist die Lärmbelästigung. Die haben ihre eigenen Discos, das hört man</p>

	<p>wirklich bis tief in die Nacht, und wo ich mich schon immer frage und das wollte ich eigentlich auch schon immer mal rausfinden, warum da anscheinend nicht so eine Sperrstunde herrscht wie für andere Kneipen und Bars. Und was ich wirklich massiv höre, immer, wenn Kreuzfahrer im Hafen liegen, sind die Motoren, die natürlich die ganze Nacht laufen müssen. Die laufen ja ständig durch. Also eine Lärmbelästigung habe ich vorhin noch vergessen zu erwähnen. Und jedes einzelne Kreuzfahrtschiff steigert das natürlich, deswegen finde ich, muss es da irgendwie auf jeden Fall meiner Meinung nach eine Obergrenze geben, die für mich bei zwei bis drei am Tag läge. #24:23#</p>
18.	<p><i>I: Einmal nochmal zum Thema Airbnb. Ich habe gelesen, dass laut einer Studie, von Airbnb selbst durchgeführt, es durch die private Vermietung über das Portal auf Mallorca keine negativen Auswirkungen gibt. Airbnb gibt dabei sogar an, dass die Touristen sich durch die Buchungsplattform besser über die ganze Insel verteilen würden und dass dadurch die Erfahrung für beide Seiten positiv wären. Was sagen Sie dazu? #25:35#</i></p> <p>B: Naja, das ist natürlich irgendwie eine Eigenwahrnehmung des Unternehmens, was ich für völligen Quatsch halte, wirklich. Es ist erwiesen, dass in den letzten Jahren die Mieten hier extrem gestiegen sind und vielleicht, das könnte man nochmal zu der Frage von vorhin sagen, das trägt natürlich auch viel zu dem Unmut bei, den die Bevölkerung speziell in Palma hat. Dass man sich hier gar nichts mehr leisten kann, weil es halt so viele Touristen gibt. Aber wenn Sie wollen und wenn Sie es nicht vielleicht selber rausfinden, es gibt von Terraferida eine spannende Aufstellung, die haben rausgefunden, dass es zum Beispiel Vermieter gibt, die 900 Angebote hatten auf der Insel. Und das ist ja auch nicht mehr die Idee von Airbnb. Die Ursprungsidee war „Ich habe eine Wohnung und vermiete hier ein Zimmer unter und so lernt dann irgendjemand, der zu mir kommt, die Stadt ganz anders kennen, weil ich dem andere Sachen zeige“. Wenn</p>

	<p>aber jemand 900 Unterkünfte hat, dann ist das klar, dass das gewerblich ist und nicht mehr privat. #26:59#</p>
19.	<p><i>I: Das habe ich tatsächlich auch schon gelesen, dass tatsächlich immer mehr Unternehmen die Wohnungen kaufen und dann wie ein Eigentümer die Wohnungen verwalten. #27:09#</i></p>
	<p>B: Genau. Und da gibt es wie gesagt von dieser Organisation Terraferida eine Statistik, aber es gibt sicherlich auch von anderen noch Statistiken. Wenn Sie wollen, könnte ich Sie auch nochmal in Kontakt bringen mit Alexa Wilms, das ist eine Freundin von mir, die ist die Pressesprecherin vom Tourismusministerium. Das wäre sicherlich auch ganz spannend. Vielleicht kann die Ihnen auch noch irgendwelches Material schicken oder geben. #27:44#</p>
20.	<p><i>I: Das wäre klasse, ja, wenn Sie das machen würden. #27:47#</i></p>
	<p>B: Ja, die ist ganz toll, ist eine Deutsche, die unglaublich viele Sprachen spricht und die gehört da auch so rein, die ist da an der richtigen Stelle. #27:58#</p>
21.	<p><i>I: Ja, nehme ich sehr gerne in Anspruch. Sie hatten ja vorhin auch schon gesagt, dass es für Airbnb-Vermietungen eingeführt wurde, dass man eine Lizenz benötigt. In Berlin hat man das ja auch gemacht im Kampf gegen die Plattform sozusagen, dass da ein Zweckentfremdungsverbot eingeführt wurde und dass durch dieses auch gewährleistet sein soll, dass private Unterkünfte eine Obergrenze bekommen und dass es auch für die Gastgeber bürokratisch erschwert wird, die Unterkunft zu vermieten. Ist das eine ähnliche Regelung wie die, die jetzt auf Mallorca eingeführt wurde, dass auch wirklich eine Obergrenze für die Anzahl der vermieteten Tage eingeführt wurde? #28:43#</i></p>
	<p>B: Ja, also ich würde mir jetzt nicht zutrauen, dieses Gesetz in Gänze zu erklären, da würde ich Sie lieber bitten, da eine Quelle zu nutzen, die das besser erklären kann als ich. Also aus meiner Sicht ist es so, oder so habe ich es bislang verstanden, es gibt eine Obergrenze, und zwar ist das auf der Insel dann verteilt, es gibt für Palma eine</p>

	<p>Obergrenze und dann gibt es für alle anderen Regionen eben auch diese Obergrenze und da gibt es dann eben auch nicht mehr. Wenn die ausgeschöpft ist, dann kann man sich auf den Kopf stellen, dann gibt es aber trotzdem nicht mehr. So habe ich das verstanden. Wo man dann aber eben eine Lizenz beantragen muss und dann auch eine Gebühr bezahlen muss für jedes Bett, was man dann anbietet. #29:35#</p>
22.	<p><i>I: Okay. Das ist ja schon mal ein erster Schritt, dass es da diese Obergrenze gibt. Welche Möglichkeiten sehen Sie denn im Kampf gegen den Overtourism? Haben Sie noch konkret Handlungsempfehlungen für Destinationen, die davon betroffen sind? #29:53#</i></p> <p>B: Also ich würde, wenn ich ganz frei entscheiden dürfte, die Anzahl der Starts und Landungen reduzieren, sodass man einfach das Angebot verschmälert, was dadurch dann natürlich dazu führen würde, dass man einfach weniger Touristen auf die Insel bekommen würde. Natürlich würden damit die Preise steigen, was dann auch für mich und jeden anderen, der hier so hinfliegt, dann natürlich Konsequenzen hat, aber ich finde, dass es insgesamt, wenn man auch weltweit ökologisch versucht zu denken, teilweise auch gar nicht anders geht. Also wenn man ganz weit ausholt, dann muss man sagen, müsste eigentlich auch dringend Flugbenzin besteuert werden, weil das natürlich dadurch, dass es nicht besteuert ist, es auch keinen richtigen Wettbewerb gibt, sondern fliegen einfach generell so billig ist. Ich bin halt wirklich so eine Öko-Vertreterin und finde, dass man das Angebot verknappen sollte. Aber damit ist man natürlich nicht bei jedem beliebt mit so einer Aussage. Und dass man auch bei den Kreuzfahrern eine Obergrenze einführt, wie gesagt, mein Wunsch wäre zwei bis drei am Tag maximal. #31:24#</p>
23.	<p><i>I: So etwas wurde ja zum Beispiel für Dubrovnik schon beschlossen. Also dort wird es wohl 2019 zum ersten Mal so sein, zwei bis drei Schiffe pro Tag höchstens. #31:34#</i></p>

	B: Ja, ich glaube Venedig ist da auch kurz davor, ne? #31:39#
24.	<i>I: Ja, genau. #31:40#</i>
	B: Ja, und ich meine auch insgesamt müssen wir viel ökologischer denken. Also wo hier zum Beispiel die Regierung auch dran ist, die wollen die Mietwagen dazu verpflichten, dass sie nur noch Elektroautos sind, in zwei bis drei Jahren, was ja dann auch schon mal helfen würde. Aber insgesamt bin ich irgendwie aber für eine Verknappung des Angebots, also weniger Touristen. #32:21#
25.	<i>I: Das heißt, sie denken nicht, dass es sich beim Overtourism nur um ein vorübergehendes Phänomen handelt, was sich vielleicht von alleine einpendelt, sobald sich die Einheimischen daran gewöhnt haben, sondern dass es sich schon um ein global wachsendes Problem handelt, welches aktiv eingedämmt werden muss? #32:39#</i>
	B: Genau, absolut so sehe ich das, zumal es eine zusätzliche Anzahl von Reisenden bald geben wird. Also China hat das Reisen gerade so für sich entdeckt, daher wird sich da auf jeden Fall noch eine Riesenmasse an Menschen in Bewegung setzen und das wird zu diesem Overtourism-Problem dann nochmal massiv beitragen, dass das uns erhalten bleiben wird. #33:12#
26.	<i>I: Das sehe ich auch so. Also ich bin mit meinen Fragen soweit durch. Gibt es etwas, das Sie im Zusammenhang mit dem Thema noch ansprechen möchten oder vielleicht irgendetwas, das ich gar nicht aufgegriffen habe, was Sie aber auch als wichtig erachten? #33:29#</i>
	B: Naja, also ich finde es schon toll, wenn man irgendwie – aber vielleicht haben Sie das eh schon drin – für Mallorca nochmal konstatiert, dass es tatsächlich richtig schon massive Probleme gibt. Also Wassermangel vorletztes Jahr oder auch Landverbrauch oder eben dieses Problem, dass teilweise der öffentliche Nahverkehr zusammenbricht und Menschen dann auch wirklich teilweise nicht zu ihrer Arbeit oder von ihrer Arbeit wegkommen. Also am Flughafen ist es zum Beispiel massiv, da gibt es diesen Flughafenbus, das ist die Nummer eins, also wenn ich damit fahre, ist der immer knallvoll. Und

	<p>es ist auch so, dass die Touristen da nicht einsehen, dass sie vielleicht nicht das erste Recht haben, da einzusteigen, sondern drängeln sich dann auch noch vor. Und es gibt eben Menschen, die dann aber zur Arbeit müssen und dann stehen bleiben. Also das ist einfach so was, was wirklich immer mehr zum Problem wird. Und es gibt eine ganz interessante Studie, oder besser ein Buch, von einem Professor Doktor Thomas Schmitt, weiß nicht, ob Sie von dem schon gehört haben, der hat ganz viel zu Mallorca geforscht und hat ein Buch herausgebracht, das heißt „Auf Tour“, da sind genau solche Sachen beschrieben. Also zum Beispiel Wasserprobleme, Landschaftsverbrauch, Emissionen usw. Also wenn Sie wollen, ich drängele mich da jetzt nicht vor, aber wenn Sie da sagen, das ist ein Thema, das Sie noch aufnehmen wollen, dann könnte ich Ihnen da noch was zu schicken. #35:13#</p>
27.	<p><i>I: Sehr gerne. #35:15#</i></p>

Experten-Interview 2

Interviewer: Silvana Wrusch

Befragter: Nina Zantout

Im Nachfolgenden I und B genannt



1.	<p><i>I: Vielen Dank nochmal, dass Sie mich unterstützen. Das Thema lautet „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“. Eine der ausgewählten Destinationen ist Berlin. Bitte erzählen Sie einmal kurz wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Berlin stehen bzw. seit wann Sie in der Stadt leben. #00:23#</i></p>
	<p>B: Ja, also mein Name ist Nina Zantout, ich arbeite bei visitBerlin in der Abteilung „Strategie und Steuerung“ – da als Projektmanager und als stellvertretende Leitung des Bereichs. Eine Kollegin und ich haben das Thema „Tourismuskonzept für die Stadt Berlin“ begleitet, gemeinsam, also im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft, und das ganze Thema „Tourismusentwicklung in Berlin“ ist sozusagen mein Schwerpunktthema. Und darum beschäftige ich mich auch mit dem Thema. Und ich lebe in Berlin jetzt, glaube ich, elf Jahre, ich weiß es nicht genau, zwölf vielleicht auch. #01:12#</p>
2.	<p><i>I: Wann haben Sie denn das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie darunter? #01:16#</i></p>
	<p>B: Also ob das jetzt wirklich der Begriff „Overtourism“ ist – geht es wirklich um den Begriff oder um das Phänomen sozusagen? Also ich habe Tourismus studiert, darum ist das durchaus was, was es immer</p>

	<p>schon gab, also den Overtourism gibt es schon länger, wurde meistens aber immer im Bezug auf Entwicklungsländer eher im asiatischen Raum etc. pp. besprochen. Im Städtekontext ist das glaube ich was, was erst mal so, naja, sechs, sieben, acht Jahre her ist, würde ich sagen, dass das Thema so erstmalig aufplopt im Zusammenhang mit Städtetourismus. Der Begriff „Overtourism“ ist eher der etwas neuere, aber das Phänomen an sich gibt es schon länger. #02:09#</p>
3.	<p><i>I: Und wann haben Sie das Phänomen des Overtourism das erste Mal im Zusammenhang mit Berlin gehört? #02:14#</i></p> <p>B: Also es war, das muss so, das muss im Jahr 2011 gewesen sein, wenn ich mich jetzt richtig entsinne. Das muss das Jahr gewesen sein, kurz vor den Wahlen, die hier stattgefunden haben, und da gab es ja ne Veranstaltung der Grünen Partei, die da hieß „Hilfe, die Touris kommen“ und wo es dann ein bisschen eskalierte, wo es etwas lauter wurde, wo auch dann sozusagen dieser Frust in vor allem einem Bezirk, dem Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, aufplopte und das auch dann in die Medien gekommen ist und weltweit kommuniziert wurde, dass Berlin eben nicht mehr die Gäste in der Stadt willkommen heißt. Und das war glaube ich so das erste Mal, dass das so im Zusammenhang mit Berlin ein Thema war. Immer mal wieder, klar, das Thema Simon-Dach-Kiez gibt es schon etwas länger, aber ich sag mal so – dass das wirklich groß geworden ist, war in dem Sommer. #03:32#</p>
4.	<p><i>I: Sie sind selbst ja auch in der Tourismusbranche tätig. Wie sehen Sie denn die Entwicklung des Tourismus in Berlin? #03:39#</i></p> <p>B: Naja, Berlin hat einfach Aufholbedarf. Als geteilte Stadt und durch die Geschichte bedingt ist es so, dass Berlin natürlich jahrzehntelang, viele Jahre, im Dornröschenschlaf sozusagen war, und mit der Öffnung der Mauer war sozusagen die Welt wieder bereit Berlin und die deutsche Hauptstadt zu entdecken, also die Deutschen aber auch die internationalen Gäste. Und natürlich ist die Entwicklung seitdem</p>

	<p>jedes Jahr so positiv, dass immer mehr Gäste kommen, also der Tourismus hat sich auch weiterentwickelt, ist differenzierter als er war, auch von den Zielgruppen und wird auch immer internationaler, also man kann eigentlich sagen, dass jetzt Berlin mit Nummer drei – ist ja die Nummer drei in Europa nach London und Paris, wenn man nach Übernachtungszahlen geht – jetzt da ist, wo es wahrscheinlich immer schon gestanden hätte, wenn wir jetzt nicht diesen geschichtlichen Aspekt gehabt hätten. Also eine wachsende Stadt und auch eine wachsende Stadt, was den Tourismus betrifft. #04:53#</p>
<p>5.</p>	<p><i>I: Gab es den Zeitpunkt, an dem Sie das Gefühl hatten es kommen zu viele Touristen nach Berlin und falls ja, wann war das und in welcher Situation und an welchem Ort befanden Sie sich? #05:04#</i></p> <p>B: Ich hatte nie das Gefühl, dass zu viele Touristen nach Berlin kommen – im privaten Kontext das nie. Gleichwohl habe ich natürlich gemerkt, ich wohne in der Nähe der Simon-Dach-Straße, also hab viele Jahre auch in Friedrichshain gewohnt, hab natürlich erkannt, dass es gewisse Orte gibt in Berlin, die immer stärker durch den Tourismus geprägt werden. Also das ist eher das Thema Monostruktur, das Thema Touristifizierung, also man hat schon Gegenden gemerkt, die sich immer mehr auf die Touristen konzentriert haben als Zielgruppe und die Angebotsstruktur sich auch demnach so verändert hat. Also das hat man natürlich gemerkt und ich sag mal touristische Orte wie das Brandenburger Tor oder Unter den Linden, das waren immer schon eher Orte, wo Touristen sich aufgehalten haben und wo einfach weniger Berliner gewohnt haben. Daher würde ich nie sagen es gab zu viele Touristen, aber man hat schon gemerkt, dass der Erfolg der Stadt im Bereich Tourismus irgendwann auch in der Stadt sichtbar wurde. #06:14#</p>
<p>6.</p>	<p><i>I: Warum ist denn aus Ihrer Sicht ausgerechnet Berlin bzw. bestimmte Bezirke Berlins vom Overtourism betroffen? #06:22#</i></p> <p>B: Also ich glaube es gibt kein Overtourism-Problem in Berlin. Das ist sozusagen das, was ich eben gerade probiert habe zu sagen. Es gibt</p>

	<p>nicht zu viele Touristen. Es gibt andere Bereiche, die schwieriger sind oder bzw. wo Nachholbedarf vorhanden ist. Also es gibt Herausforderungen, die durch den Tourismus entstanden sind, also das Thema der Monostrukturen zum Beispiel. Klar, Friedrichshain-Kreuzberg wird immer gerne genannt, aber es ist auch nicht die Tatsache, dass da zu viele Touristen sind, sondern es ist das Verhalten der Menschen dort vor Ort, die manchmal auch Touristen sind, aber wir wissen ja von Studien, dass das gar nicht unbedingt die Besucher dieser Stadt sind, sondern dass es sozusagen Orte gibt, wo ne Infrastruktur ist und das ist eben das Thema Nachtleben, was sozusagen zu Konflikten mit den dortigen Anwohnern führt. Das sind aber Berliner, die dort unterwegs sind, das sind auch Besucher. Also das ist sozusagen gar nicht per se das Thema Overtourism. Wir haben nicht wie andere Städte das Problem, dass man in unsere Museen nicht reinkommt oder dass man zehn Stunden anstehen muss, um eine Schiffsfahrt zu machen. Also daher, auch unsere Stadt ist von der Fläche her so groß und unsere Attraktionen sind auch so verteilt, Berlin hat kein Stadtzentrum, wie es Amsterdam beispielsweise hat, darum würde ich jetzt sagen, dass das Wort „Overtourism“ erstmal so per se falsch ist. Natürlich konzentriert sich der Tourismus mehr in der Innenstadt, einfach weil da auch die meisten Attraktionen liegen, aber ich bin, also wir sind auch der Meinung, dass jetzt Overtourism per se erstmal kein Thema für Berlin ist, aber wir wollen eben frühzeitig handeln und frühzeitig agieren und darum gibt es auch das Tourismuskonzept, dass man sozusagen Maßnahmen einleitet, damit wir eben nicht da stehen wo Barcelona beispielsweise heute steht. #08:45#</p>
7.	<p><i>I: Das von Ihnen mitentwickelte neue Tourismuskonzept sieht ja auch vor, dass der momentan räumlich stark konzentrierte Tourismus sich mehr auf alle zwölf Bezirke verteilen soll, da die ja auch Potential bieten. Wie soll erreicht werden, dass die Touristen vermehrt die</i></p>

	<p><i>weniger besuchten Bezirke aufsuchen? Werden hierfür Marketingmaßnahmen durchgeführt? #09:05#</i></p>
	<p>B: Es ist ein Kommunikationsthema, ein Marketingkommunikationsthema vorwiegend. Das heißt sozusagen unsere Aufgabe ist es, erstmal herauszufinden welche Angebote die Bezirke bieten, die für Besucher interessant sein können, diese aufzubereiten und dann zu kommunizieren. Mehr ist es eigentlich nicht. Also das heißt wir müssen Themen identifizieren - am besten sozusagen für alle zwölf Bezirke, vielleicht aber auch nur manchmal für sechs – diese bündeln und dann kommunizieren. Also wir sitzen jetzt, als Beispiel, an dem Thema der Berliner Moderne. Wir fangen an mit dem Bauhaus und dann wird es weitergehen. Und dass man sich einfach anguckt – ok, was gibt es, auch in den Bezirken, die nicht so zentral gelegen sind, wo Besucher hingehen, also wo Points of Interests sind, wo sie hingehen können, wo sie was erleben können, und das bündeln und kommunizieren wir. Das kann mal sein, dass wir das mit in unsere App integrieren, das kann sein, dass es ne Themenseite geben wird. Also es gibt sozusagen je nach Thema unterschiedliche Maßnahmen, aber es sind immer Kommunikationsmaßnahmen. Das ist sozusagen unser Job, diese gemeinsam mit den Bezirken zu identifizieren, dafür haben wir jetzt auch ein neues Team, was sich mit dem Thema beschäftigt, und dann zu kommunizieren. #10:42#</p>
8.	<p><i>I: Und wer ist da aktuell jetzt zum Beispiel von den Bezirksverwaltungen involviert? Sind das dann auch teilweise schon Leute, die einen touristischen Hintergrund haben oder eher weniger? #10:52#</i></p>
	<p>B: Das ist fast immer von Bezirksseite die Wirtschaftsförderung, weil da immer das Thema Tourismus liegt. Es ist ein bisschen unterschiedlich in jedem Bezirk. Es gibt Bezirke, die haben nochmal Tourismusvereine, es gibt Bezirke, die haben nochmal jemanden eingestellt für den Tourismus innerhalb der Wirtschaftsförderung,</p>

	<p>aber das ist in den zwölf Bezirken unterschiedlich. Wir arbeiten aber mit allen zwölf Bezirken zusammen. Also das ist aber, will ich behaupten, fast immer, in der Wirtschaftsförderung, ganz selten mal auch angedockt direkt an den Bezirksbürgermeister oder Bürgermeisterin, aber in der Regel ist es die Wirtschaftsförderung. #11:33#</p>
9.	<p><i>I: In dem Tourismuskonzept ist auch angegeben, dass viele internationale Touristen, also besonders auch über soziale Medien auf der Suche nach Geheimtipps sind. Also wo dann das Motiv „Live like a local“ im Vordergrund steht und „Places to be“, die dann natürlich auch Lärm und Müll fördern. Sie hatten das ja gerade schon mal kurz angesprochen, dass Verursacher auch die Berliner selbst sind. Wie schätzen Sie daher die Wichtigkeit der Berliner und Berlinerinnen in Bezug auf die Vermarktung ihrer eigenen Bezirke ein? Könnten durch entsprechendes Verhalten der Einheimischen Geheimtipps vermehrt auch in Außenbezirken entstehen oder wie schätzen Sie den Einfluss der Einheimischen auf internationale Touristen ein? #12:17#</i></p>
	<p>B: Ich weiß nicht, ob man das so pauschal beantworten kann. Wichtig ist es natürlich, dass wir in Kontakt treten. Wie gesagt, es gibt diese Hotspots, wo man sensibel mit umgehen muss, man muss mit den Bürgern reden und mit ihnen zusammenarbeiten, damit man weiß, wann sich eventuell neue Hotspots bilden, aber im Endeffekt gibt es Kommunikationskanäle bei uns, wo der Berliner sozusagen aktiv uns ansprechen kann, wenn er Probleme sieht, aber auch uns Empfehlungen geben kann, wenn er Wünsche äußert zu Potentialräumen, sag ich mal. Das ist aber eine Sache, die erst in der Entstehung ist. Im Tourismuskonzept ist das Bürgerforum ja als eine Maßnahme definiert und dieses Instrument sozusagen soll benutzt werden, damit wir verstärkt in den Kontakt mit den Bürgern kommen können. Also im Moment ist es jetzt weniger so, dass man proaktiv auf uns eingeht und sagt: „Hey, hier ist noch Museum XY, könnt ihr</p>

	<p>das nicht bitte in die Vermarktung aufnehmen?“ Also so weit geht das glaub ich auch nicht. Da ist sozusagen eher die Zusammenarbeit mit den Bezirksämtern die entscheidende. Aber natürlich, es gibt sozusagen unterschiedliche Ebenen einfach, mit denen wir bei den Bürgern arbeiten. Also einmal – ich glaube, die Frage kommt ein bisschen später, aber kann ich jetzt schon mal sagen – sozusagen im Rahmen dieser Geschäftsstelle Akzeptanzerhaltung gibt es ein Projekt hier in Berlin, und das hat sozusagen den ersten allgemeinen Kontakt gesucht zu den Bürgern, also auf die Straße zu gehen mit dem Kiezmobil, erstmal Kontakt aufzunehmen, Stimmungsbilder zu entwickeln, um zu gucken, ok, wie sehen die Menschen den Tourismus, wie wird er wahrgenommen, das Thema Wirtschaftsfaktor auch zu kommunizieren – das machen wir natürlich auch, nochmal um darzulegen, was der Tourismus der Stadt bringt. Aber das ist sozusagen der Anfang gewesen und das ist jetzt sozusagen eine Weiterentwicklung, wenn man so will, die Gründung des Bürgerforums, wo dann einfach nochmal ein besserer Austausch möglich sein wird. #14:37#</p>
10.	<p><i>I: In dem Tourismuskonzept ist als Vorschlag zur Verbesserung des innerstädtischen Verkehrs angegeben, dass man die Hop-On-Hop-Off-Busse umrüsten könnte, um weniger Emissionen auszustoßen. Ist hier bisher schon etwas umgesetzt worden? #14:53#</i></p> <p>B: Wenn ich mich nicht ganz täusche, gibt es dazu ja ein Programm von der Senatsverwaltung für Wirtschaft zur Umrüstung ausgewählter Busse. Da gibt's ne Finanzierung, ich muss allerdings gestehen, ich hab den aktuellen Stand nicht, weil das jetzt kein Thema ist, was bei uns liegt, aber das ist, weiß ich, in der Planung und ich glaube sogar schon in der Umsetzung. #15:27#</p>
11.	<p><i>I: In welchen Bezirken sehen Sie Verbesserungspotential in Bezug auf den ÖPNV? Generell ist der natürlich sehr gut ausgebaut, aber würde eine Verbesserung des ÖPNV in den Außenbezirken dazu beitragen, die Touristenströme zu entzerren? #15:43#</i></p>

	<p>B: Also dazu gibt es jetzt konkret von uns keine Potentialanalyse, weil das Thema liegt bei der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung oder bzw. bei der für Verkehr. Wir sehen aber bei unserer Bevölkerungsumfrage, die wir jedes Jahr durchführen, dass durchaus immer wieder das Thema Infrastruktur und öffentliche Verkehrsmittel kritisiert wird, das aber natürlich eher in Bezug auf die Innenstadtbezirke, also auf Mitte, wo einfach sich mehr Menschen häufen. Sicherlich in Berlin ist der ÖPNV schon so gut ausgebaut, sodass hier glaube ich momentan, also es ist mir zumindest noch aufgekommen oder uns in den Gesprächen mit den Bezirken jetzt auch noch nicht aufgekommen, dass sie sagen: „Ja, der ÖPNV muss ausgebessert werden oder verbessert werden, damit die Touristen hinkommen.“ Anders sieht es eher aus mit den Sharing-Angeboten, also der Wunsch, dass Carsharing und aber auch diese Verleihsysteme der Fahrräder, die es gibt in Berlin, dass man sich wünscht, dass die Grenzen, die es jetzt gibt, die meistens sozusagen im S-Bahn-Ring liegen, erweitert werden sollen. Das ist eher Thema. Aber ÖPNV an sich so hab ich jetzt noch nicht im Zusammenhang mit Tourismus gehört. #17:04#</p>
12.	<p><i>I: In Berlin möchte man ja auch den Radtourismus weiter ausbauen. In Amsterdam hingegen werden mittlerweile Grenzen für Radverleih an Touristen gesetzt. Sehen Sie für Berlin da eine Problematik in Bezug auf den Radtourismus? Oder was hat Amsterdam Ihrer Meinung nach falsch gemacht im Radtourismus bzw. wo gäbe es Verbesserungspotential? #17:24#</i></p>
	<p>B: Also ich würde jetzt nicht davon, dass Amsterdam was falsch gemacht hat, sprechen. Der entscheidende Unterschied ist, und da muss man sich immer angucken, wie die Städte sind – Amsterdam hat einfach eine viel, viel kleinere Innenstadt und ist als Fläche auch viel kleiner. Berlin ist ne große Stadt und hat sozusagen durch die Teilung zwei Zentren und hat durch die Bezirksstruktur nochmal sozusagen kleine Zentren innerhalb eines Bezirkes, das heißt</p>

	<p>sozusagen Berlin hat eine viel größere Fläche, darum sehe ich auch nicht, dass das in Berlin mal problematisch wird. Also solange sozusagen die Infrastruktur nachgezogen wird und Radwege gebaut werden, ist das alles machbar, weil in Berlin einfach, im Vergleich zu Amsterdam, wir Platz haben. #18:14#</p>
13.	<p><i>I: Nochmal kurz Vergleich zu Amsterdam – dort überlegt die Regierung, die Hotelsteuer anzuheben, um damit dem Overtourism entgegenzuwirken. Würden Sie eine solche Erhöhung für Berlin oder für besonders überlastete Bezirke Berlins als sinnvoll erachten und wenn nein, was spricht aus Ihrer Sicht dagegen? #18:36#</i></p> <p>B: Also Berlin zieht ja jetzt schon City-Tax ein, oder eine Übernachtungssteuer von fünf Prozent. Ich sehe jetzt auch hier nicht den Druck, den Amsterdam verspürt. Also wir haben noch genügend Hotels, wir haben Auslastung. Ich wüsste jetzt nicht, warum man das machen sollte. Berlin nimmt schon einige Millionen durch die City-Tax ein, also jetzt nur mit Geld – also das ist für mich jetzt nicht der Hebel, sozusagen die Touristen mehr zur Kasse zu bitten. Nein. Also im Moment sehe ich das nicht, ich wüsste nicht, was das sozusagen bringen sollte. Es ist schon so, es gibt Einnahmen. Wenn mit den Einnahmen aus der City-Tax diese auch investiert werden, um die touristische Infrastruktur zu verbessern, dann ist das sozusagen schon hilfreich, aber in Berlin ist es in der Tat so, dass es ja aufgeteilt ist und nicht die kompletten Gelder zurückfließen in den Tourismus, sondern erstmal in den allgemeinen Haushalt und der Tourismus kriegt dann einen gewissen Anteil – dreieinhalb Millionen glaube ich, weiß ich jetzt nicht, ob das die aktuelle Summe ist, fließen sozusagen zurück und werden dann nochmal verteilt. Also das Thema Parkreinigung jetzt, die erhöhte Parkreinigung, die im letzten Jahr verkündet wurde, wird zum Beispiel aus diesen City-Tax-Mitteln finanziert. Übrigens auch dieser Ausbau des Bezirksteams bei visitBerlin und die Vermarktung der Außenbezirke ist auch sozusagen ein Projekt, was aus den Einnahmen der City-Tax generiert wird. Also</p>

	<p>es gibt noch ein paar andere Projekte, vieles vom Tourismuskonzept selbst wurde sozusagen aus diesem Topf bezahlt. #20:37#</p>
14.	<p><i>I: Das Qualitätsmanagement in den Berliner Hotels ist laut dem Tourismuskonzept noch sehr ausbaufähig. Aktuell ist nur gut die Hälfte der Hotelbetriebe nach dem Standard der DEHOGA klassifiziert und am Qualitätsmanagementinstrument „Servicequalität Deutschland“ nehmen sogar nur 49 Betriebe aus verschiedenen Branchen teil. Gibt es da geplante Maßnahmen, um das Qualitätsmanagement deutlich auszubauen und wäre es nicht sinnvoll, für die Betriebe Anreize zu schaffen? #21:07#</i></p> <p>B: Das ist jetzt nicht unbedingt das Thema von visitBerlin, muss ich gestehen. Ich sehe das schon in der Verantwortung der Hotels, das Thema Qualitätsmanagement innerhalb der Betriebe natürlich zu verbessern, daran sollten sie automatisch interessiert sein, sind sie ja auch. Gleichwohl glaube ich nicht, dass diese Themen, so Siegel wie „Servicequalität Deutschland“, die Zukunft sind. Ich glaub, das sind Konzepte, die veraltet sind. Es gibt mittlerweile Onlineportale, wo es genügend Bewertungen gibt, wo man ganz deutlich sehen kann, ob man einen guten Service bietet oder nicht. Wenn das Wunsch der Politik ist oder der Senatsverwaltung für Wirtschaft, dass man da an das Thema nochmal ran geht, dann, klar, muss man sich da nochmal was einfallen lassen. Bislang ist mir jetzt nicht bekannt, dass es explizit Maßnahmen gibt. So schlimm ist die jetzt auch ehrlich gesagt nicht. Also ausbaufähig ist Service immer, ich glaube überall. In Städten weiß man auch ist die grundsätzlich immer ein bisschen schlechter als im ländlichen Raum, aber ich sehe das jetzt nicht als ein großes Problem. Das Thema Arbeitskräftemangel spielt da sicher auch ne Rolle, da sind der Tourismus, die Gastronomie und die Hotellerie auch stark von betroffen. Ich glaube, die Hebel sind andere, nämlich dass man eben eher über das Thema Unterstützung, also dieses Thema Bewerben bei dem Thema Arbeitskräfte, Sicherung der Arbeitskräfte, der Fachkräfte im Tourismus, dass man an dem</p>

	<p>Thema arbeiten muss, und ich glaube dadurch erreicht man auch einen höheren und einen besseren Standard im Bereich des Service. Das ist aber kein ausschließliches Berlin-Thema, sondern eins, glaub ich, der Branche allgemein. #23:14#</p>
<p>15.</p>	<p><i>I: Laut einer Umfrage verbinden fast 80% aller befragten Teilnehmer den Begriff „Freiheit“ stark bzw. auch sehr stark mit Berlin. Der Markenkern „Stadt der Freiheit“ ist daher wichtiges Element der Tourismuskampagnen. Was verstehen die Touristen unter der „Freiheit“ bzw. wie wird die interpretiert und wie wird die Freiheit von visitBerlin präsentiert? #23:41#</i></p> <p>B: Also Freiheit ist fast immer der geschichtliche Kontext. Also es ist zum einen, wirklich, das ist das, womit Berlin in Verbindung gebracht wird, ist die Teilung Deutschlands und die Mauer und die Wiedervereinigung. Das ist das, was immer wiederkommt, und das ist auch das, was man mit Berlin verbindet. Das Thema Freiheit in dem Kontext. Aber auch das Thema Freiheit, frei zu denken, und sich sozusagen auszuprobieren, viele Künstler, Musiker kommen ja gerade aus dem Grund hierher, weil sie hier kreativ sein können. Aber das ist sozusagen eigentlich das, womit Berlin verbunden wird. Wir haben eine – zum Beispiel, wie wir das umsetzen – eine Europakampagne unter dem Motto „Free your mind“ jetzt laufen, und da ist genau auch dieser Aspekt da, so zu denken, wie man möchte und nicht dann sozusagen eingeschränkt zu werden. Das ist ein aktuelles Thema, was gesellschaftlich auch relevant ist, dass wir in einem demokratischen Land leben und dass man hier sozusagen frei sein kann. Genau. #25:06#</p>
<p>16.</p>	<p><i>I: Wir hatten ja vorhin schon kurz über die Geschäftsstelle „Akzeptanzerhaltung im Tourismus“ gesprochen. Würden Sie sagen, dass die Einführung dieser Geschäftsstelle ein Erfolg war? #25:16#</i></p> <p>B: Wie misst man denn Erfolg? Ich würde sagen, es war insofern erfolgreich, also ich war sozusagen die erste Person, die diese Geschäftsstelle geleitet hat. Der Erfolg besteht darin, dass wir</p>

	<p>erstmalig als visitBerlin als Destination, eigentlich eher Marketingorganisation, so den ersten Schritt in Richtung Managementorganisation übernommen haben und das erste Mal in Kontakt mit den Berlinern getreten sind und es gibt das Projekt hier in Berlin, was dort entwickelt wurde in der Geschäftsstelle und weitergeführt wird. Und ich würde sagen der Erfolg besteht darin, dass wir jetzt seit 2013 kontinuierlich an diesem Thema arbeiten und weiterarbeiten und es sich weiterentwickelt und dass wir sozusagen eigentlich schon vor unserer Zeit waren und das Tourismuskonzept ja erst danach gekommen ist, also wir haben damals schon erkannt, dass wir uns um das Thema kümmern müssen und darum ja – es ist einfach die Tatsache, dass sich ne DMO damit beschäftigt, glaub ich, ein Erfolg und Berlin da auch Vorreiter war. Und wir zu den ersten gehörten, die wirklich im Städtetourismus so ne Geschäftsstelle hatten, die sich mit dem Thema Akzeptanzerhaltung überhaupt beschäftigt hat, also daher ja – erfolgreich auf jeden Fall. #26:42#</p>
17.	<p><i>I: Laut einer von Ihnen in Auftrag gegebenen Studie von 2016 kann man einen klaren Zusammenhang erkennen zwischen der Anzahl der Unterkünfte und der Unzufriedenheit der Einheimischen über den Tourismus. In Mitte zum Beispiel gaben fast die Hälfte der Einheimischen an, sich vom Tourismus gestört zu fühlen, in Kreuzberg fühlt sich jeder dritte eingeschränkt. Ist eine weitere Befragung dieser Art in naher Zukunft geplant und müsste man dann von noch höheren Unzufriedenheitswerten ausgehen, da die Touristenzahlen seit 2016 weiter angestiegen sind? #27:14#</i></p>
	<p>B: Also ich bin mir bei dieser Hälfte in Mitte irgendwie gerade, da bin ich ein bisschen skeptisch. Ich bin mir jetzt nicht sicher, welche Zahlen Sie da haben. Also wir machen ja jedes Jahr ne Bevölkerungsumfrage, und da liegt eigentlich Friedrichshain-Kreuzberg immer so, und Mitte, mit am höchsten, ich dachte eigentlich immer so um die 33, 30, 32 Prozent, eigentlich immer recht ähnlich. Und wir machen die jedes Jahr, die können Sie auch online</p>

runterladen. Was ich Ihnen schicken kann ist die jetzt von 2018, die ist noch nicht Online. Da wurde die Methodik allerdings ein bisschen geändert, also das ist nicht mehr so direkt vergleichbar. Allerdings ist es so, dass natürlich dort, wo die Menschen, also die Besucher dieser Stadt, sind, und das sind nun mal die Innenstadtlagen, und da sind auch die meisten Hotels, und da wo die Stadt sozusagen in der Infrastruktur vielleicht nicht hinterher kommt mit der wachsenden Stadt, dass es da natürlich zu höherer Unzufriedenheit kommt ist logisch. Das ist ja das, was ich vorhin meinte aus Friedrichshain-Kreuzberg mit dem Nachtleben. Und dass dieses „man will sehen, wie die Berliner leben“, dieses Thema „Live like a local“, natürlich in so kiezigen, trendigen Bezirken einfach verstärkt aufzufinden ist, ist logisch, und darum sieht man diese Unzufriedenheit verstärkt in diesen Bezirken. Und auch in Mitte, wo quasi alle großen Sehenswürdigkeiten, die auch ein Besucher das erste Mal, wenn er nach Berlin kommt, sich anschaut – sei es Fernsehturm oder Brandenburger Tor, viele Museen, die Museumsinsel, die liegen alle im Bezirk Mitte – also daher ist das logisch, dass da natürlich der Tourismus viel eher als nervend empfunden wird als in Spandau. Wir monitoren das ja jedes Jahr, wir sehen ehrlich gesagt relativ wenig Schwankungen, also es pendelt sich immer so in dem gleichen Bereich ein, und wir arbeiten ja jetzt auch dran, dass das sich eben nicht verschlechtert. Daher ist unser Ziel natürlich, daran zu arbeiten, dass die Unzufriedenheit eben nicht wächst, sondern im besten Fall natürlich auch steigt, aber das ist ein langfristiges Ziel, das ist nichts was man von heute auf morgen verändern kann. Man muss auch wirklich bei dem Thema Tourismus immer aufpassen, das sehen wir auch bei unseren Umfragen, dass die Berliner sehr häufig dem Tourismus die Schuld geben für Sachen, die gar nicht direkt was mit dem Tourismus zu tun haben, sondern wo Gentrifizierung einfach ne große Rolle spielt. #30:26#

18.	<p><i>I: Was sind denn Ihrer Meinung nach Auslöser für eine Gentrifizierung von Kiezen und Bezirken? #30:32#</i></p> <p>B: Es gibt glaub ich unterschiedliche Antworten zu dieser Frage. Natürlich ist sozusagen das Thema, dass man Berlin entdeckt hat als Standort, wo man hohe Rendite erwartet, wenn man Wohnungen kauft, ein großer Faktor. Das beschleunigt das natürlich viel mehr, wenn jetzt ausländische Investoren hierher kommen, häuserweise aufkaufen und dann im Anschluss die Mieten erhöhen, dann ist das sicherlich was, wenn die Bewohner sich ändern zu einem Klientel, was viel mehr Geld hat und dadurch Menschen verdrängt werden, die gerade so ihren Lebensunterhalt bestreiten können, dann ist das die Gentrifizierung, die in der Stadt stattfindet, aber das hat nix mit dem Tourismus zu tun per se. Also ich würde sagen, das ist glaub ich schon so mit ein Hauptauslöser, dass man gesehen hat, dass Berlin attraktiv ist und wenn man in Berlin investiert, dann kann man hohe Renditen erwarten. #31:50#</p>
19.	<p><i>I: In der SWOT-Analyse des Tourismuskonzepts wird die Sicherung und Steigerung der Wertschöpfung durch die Erschließung neuer Zielgruppen und Quellmärkte mit dem Fokus auf dem Qualitätstourismus als Chance genannt. Welche neuen Zielgruppen und Quellmärkte sind hier in Bezug auf Qualitätstourismus gemeint? #32:08#</i></p> <p>B: Das ist noch nicht definiert, in der Tat. Das ist ein Thema, was wir uns für dieses Jahr vorgenommen haben, dass wir sagen, ok, was heißt das, Qualitätstourismus für Berlin, da muss man nochmal ein bisschen mehr Marktforschung betreiben. Und klar, dieses Thema Wertschöpfung – klar kann man das einseitig betrachten und man sagt, man möchte nur noch die Touristen haben, die viel Geld nach Berlin bringen, aber das ist uns zu einseitig und darum müssen wir uns mit dem Thema nochmal ein bisschen genauer beschäftigen und müssen nochmal gucken, welche Zielgruppen wollen wir in Zukunft verstärkt ansprechen in unserem Marketing und danach entscheidet</p>

	<p>sich eigentlich automatisch auch ein bisschen, mit welchen Quellmärkten wir arbeiten oder wo wir uns drauf konzentrieren werden, aber wir haben ja schon in der Vergangenheit, sag ich mal, auf das Thema, klar auch auf das Thema Luxus, aber auch auf das Thema LGBTI, auf das Thema Kongressbesucher, die immer ne wichtige Rolle spielen werden in Berlin und klar guckt man sich nochmal neue Themenbereiche an – ich weiß nicht, ob Radtourismus oder so, kann ich jetzt noch nicht sagen – aber da stecken wir sozusagen noch ganz am Anfang. Sicher ist, dass man sich auch angucken muss, und da gibt's einfach zu wenig Forschung zu, dass man auch dieses Thema des Verhaltens, ob das irgendwie noch ne Rolle spielen kann. Verhaltensbasiert gucken, wer kommt hierher. Aber wie gesagt, da sind wir noch ganz am Anfang. #33:49#</p>
20.	<p><i>I: Das Monitoring spielt ja im Tourismuskonzept auch eine wichtige Rolle. Dafür wurden verschiedene Erfolgskennzahlen für einen stadtverträglichen Tourismus genannt. Können Sie mir sagen mit welchen dieser KPIs tatsächlich gearbeitet wird und welche Kennzahlen haben sich hier als besonders sinnvoll erwiesen? #34:07#</i></p> <p>B: Auch das ist ein Thema, was nicht so einfach ist. Das muss man auch sich erarbeiten. Das wird auch in diesem Jahr erarbeitet, dass man sagt man braucht neue Kennzahlen. Dafür wird die Basis geschaffen. Natürlich kann man sich sozusagen die Tourismusintensität angucken in Berlin, in den Bezirken, aber wir haben die Herausforderung, dass viele Kennzahlen, die wir jetzt in der Vergangenheit immer haben, also bezogen auf die Übernachtungen in der Hotellerie, also in den gewerblichen Unterkünften, nicht mehr ausreichen. Man muss vielmehr erstmal verstehen, wie der Tourismus funktioniert, was das Thema der Sharing-Economy oder der Sharing-Unterkünfte vielmehr angeht, um diese neuen Kennzahlen eigentlich überhaupt erstmal zu definieren und aufzubauen und das ist auch ne Sache, da gibt es</p>

	<p>unterschiedliche Modelle, da gibt es erste Ansätze, und wir werden im Laufe des Jahres sozusagen das auch noch ein bisschen präzisieren und gucken, mit welchen KPIs wir zukünftig arbeiten wollen, aber das ist auch nichts, was man von heute auf morgen umsetzen kann sondern das ist auch ein Prozess, der erst stattfinden muss. Den haben wir begonnen, aber der geht weiter bis ins Jahr 2019. #35:25#</p>
21.	<p><i>I: Als eine der Aufgaben ist im Tourismuskonzept die Regulierung der neuen touristischen Wohnformen genannt, also die Sharing-Angebote, die Sie gerade schon angesprochen haben. Wie sollen diese reguliert werden? #35:39#</i></p>
	<p>B: Also dafür gibt es ja das Zweckentfremdungsverbot in Berlin, das wird umgesetzt. Es gab ja jetzt auch die Überarbeitung vergangenes Jahr und das ist sozusagen schon die Regulierung. Dass man jetzt gedacht hat, man lockert das für diejenigen, wo es um Homesharing geht, und eben für die kommerziellen Anbieter, denen gibt man sozusagen nicht uneingeschränkt Lizenzen. Und das ist die Regulierung in Berlin. Es gibt sie quasi schon. #36:19#</p>
22.	<p><i>I: Wissen Sie, ob sich durch dieses Zweckentfremdungsverbot aber tatsächlich auch schon Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt ergeben haben oder ist es tatsächlich aktuell nur so, dass es einfach weniger Anbieter auf Airbnb gibt? #36:31#</i></p>
	<p>B: Also ob es Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt hat, das weiß ich nicht, weil es dazu meines Erachtens keine Studien gibt bzw. wenn, dann liegen sie uns nicht vor. Es gibt Zahlen, wie viele Wohnungen von den Bezirken wieder auf den gebracht wurden, aber es gibt keine einheitliche Übersicht oder Studie. Ich weiß, dass das im Abgeordnetenhaus gelegentlich mal ein Thema war und der ein oder andere Bezirk hat dazu ne Kennzahl mal reingegeben, aber ansonsten haben wir nicht wirklich Kenntnis darüber. Da man ja keine offiziellen Zahlen bekommt, können wir uns auch nur mit dem behelfen, was wir haben. Wir beziehen derzeit die Kennzahlen von</p>

	<p>AirDNA, die ja die Zahlen auf der Seite von Airbnb scoren, und da sehen wir, dass es keinen großartigen Rückgang gibt an Sharing-Unterkünften. Ich denke, man muss jetzt erstmal gucken mit der Registrierungspflicht, wie sich das einspielt, und ob da auch ne verstärkte Kontrolle stattfindet oder nicht, aber da ist im Moment aus unserer Sicht bis jetzt noch nichts sichtbar. #37:57#</p>
23.	<p><i>I: Laut einer Studie von Airbnb selbst gibt es durch die private Vermietung über das Portal keine negativen Auswirkungen auf Destinationen. Airbnb gibt an, dass die Touristen sich durch die Buchungsplattform sogar besser verteilen würden und die Erfahrungen für beide, also Gastgeber und Gast, positiv wären. Was sagen Sie dazu? #38:19#</i></p> <p>B: Man weiß ja ganz genau, anhand von anderen Studien oder wenn man sich andere Städte anguckt, wenn es keine Regulierung von den Sharing-Unterkünften gibt, das ist unabhängig davon, ob das Airbnb ist oder andere Anbieter, ballen sich auch diese Unterkünfte immer in zentralen Lagen. Natürlich gibt es auch Unterkünfte außerhalb des Stadtzentrums, aber was will denn der Besucher, wenn er in eine Stadt kommt, egal ob Hotel oder Unterkunft, er möchte möglichst zentral sein, und so ist es natürlich auch bei Airbnb. Und jemand, der das professionell macht und dadurch Geld verdienen will, der wird natürlich sich bemühen, Wohnungen in zentralen Lagen zu bekommen, um Ferienunterkünfte dort anzubieten. Also daher würde ich das jetzt nicht unterschreiben wollen, was Airbnb behauptet. Natürlich ist dadurch, dass Homesharing möglich ist, ist es natürlich so, dass es ein ergänzendes Angebot auch in den Randlagen natürlich gibt, und dass man auch noch Angebote schaffen kann, aber das ist schon Angebot und Nachfrage, und so funktioniert Airbnb auch. #39:45#</p>
24.	<p><i>I: Dann nochmal kurz zu einem anderen Thema: Technologien. Die neuen Technologien spielen auch im Tourismus immer eine wichtigere Rolle. Wie sollen die Technologien eingesetzt werden, um</i></p>

	<p><i>die Konzentration der Touristen aus der Stadtmitte auch auf andere Bezirke auszuweiten? Sie hatten ja vorhin schon von einer App gesprochen. #40:04#</i></p>
	<p>B: Genau, das ist das eine. Wir haben ja die Going-Local-App, die jetzt auch nochmal überarbeitet wird, wo wir diese Kommunikation der touristischen Angebote dort mit in die App mit aufnehmen werden, also das ist das eine, aber es gibt noch ein zweites Thema, was die neuen Technologien betrifft, was eher damit zu tun hat, dass wir erstmal ein Monitoring brauchen und den Tourismus besser verstehen wollen. Wir werden die Besucherströme besser verstehen, indem wir die Mobilfunkdaten benutzen werden und auswerten werden und anhand dessen sozusagen Besucherstromanalysen durchführen können. Das ist ein Thema, was wir gerade angehen. Da geht jetzt die Ausschreibung diese oder nächste Woche raus. Und das ist ein Thema, das gucken wir uns an. Es wird einen Piloten geben und da erhoffen wir uns dann auch neue Erkenntnisse, die wir und auch andere Betroffene, also verwaltungsmäßig, also von der Senatsverwaltung, dass wir dann mit den Daten gemeinsam arbeiten können, um erstmal herauszufinden, wo denn tatsächlich Ballungen zum Beispiel stattfinden, oder was für Auswirkungen Veranstaltungen auf die Stadt haben, wie Wegebeziehungen sind. Also da gibt es unterschiedliche Möglichkeiten. Das steht jetzt an. #41:38#</p>
25.	<p><i>I: In Barcelona versucht man ja mit einem Verbot von neuen Hotels die Unzufriedenheit der Einwohner zu bekämpfen. Wäre es anhand dieser Befragung der Berliner, über die wir vorhin kurz gesprochen haben, nicht sogar ratsam, einen Stopp von Bauplänen für weitere Hotels zu verhängen, in bestimmten Bezirken? #41:58#</i></p>
	<p>B: Abgesehen davon, dass das glaub ich gar nicht geht, das hat was mit der Baugesetzverordnung zu tun, ist es so, dass wir in Berlin uns darauf erstmal konzentrieren sollten, also Schritt eins, erstmal zu analysieren, wie die Situation derzeit ist, was die Hotels betrifft, was für ne Infrastruktur es überhaupt gibt. Das ist auch im</p>

	<p>Tourismuskonzept eine Maßnahme, ein Hotelentwicklungskonzept vorzubereiten. Erstmal muss man analysieren, wie die Ist-Situation ist. Und da muss man gucken, ob da tatsächlich neue Strategien erforderlich sind, was natürlich möglich ist und dass man bei Investoren, die kommen nach Berlin, diese besser berät und sozusagen Flächen aufzeigt oder Orte aufzeigt, wo es viel sinnvoller wäre, weitere Hotels zu bauen. Das ist sozusagen eher eine andere Taktik, also ich glaube nicht, dass sich das durchsetzt, dass man hier keine Hotels weiter bauen wird. Man muss sich das auch erstmal in Barcelona angucken, was passiert, wenn man keine Hotels in einem bestimmten Umkreis baut. Es besteht immer ein bisschen die Gefahr, dass man dann gleich außerhalb der Stadtgrenze anfängt Hotels zu bauen. Es gibt ja immer Mittel und Wege, dann gewisse Sachen zu umgehen. Wir stehen zwar mit Barcelona im Austausch, aber da kenne ich noch keinen aktuellen Stand. Also für Berlin sicherlich jetzt nicht der Hebel, den wir sehen. #43:46#</p>
26.	<p><i>I: Wir haben ja vorhin auch schon über Amsterdam gesprochen. Da wurde ja im Oktober 2017 bereits beschlossen, dass in der Innenstadt keine neuen Geschäfte, die sich hauptsächlich an Touristen richten, also Touristenshops, mehr eröffnen dürfen. Zudem, für private Vermietung über Airbnb wurde ja die bereits vorhandene Obergrenze weiter verschärft, Reisebusse sollen künftig die Innenstadt nicht mehr anfahren dürfen und Kreuzfahrtschiffe nicht mehr im Hafen in der Stadt anlegen und zusätzlich dazu soll auch der Auto- und Fahrradverleih in der Innenstadt beschränkt werden. Was sagen Sie denn zu diesen Maßnahmen? Finden Sie das alles radikal und für den Tourismus eher schädigend oder halten Sie dieses Konzept für sinnvoll? #44:32#</i></p> <p>B: Also grundsätzlich steht ja, wie gesagt, Amsterdam unter einem ganz anderen Druck, den es in Berlin nicht gibt und die Innenstadt ist einfach so, dass sie sich was einfallen lassen mussten und die Bürger haben durch die Wahlen die Stadtregierung gewählt, die ihnen</p>

	<p>versprochen hat, sich um das Thema zu kümmern. Und auch in Amsterdam ist sozusagen der Claim ja „Balance“, also ein Gleichgewicht zu schaffen, und ich kann das jetzt im Einzelnen natürlich nicht jedes einzelne bewerten, weil mir da die Informationen zu fehlen, aber ich bin mir ziemlich sicher und ich weiß, dass man sich in Amsterdam ausgiebig mit diesem Thema beschäftigt hat, dass es sicherlich hilfreich ist, das Thema Tourismus ein bisschen besser zu steuern. Also ob das jetzt radikal ist, oder nicht – sie mussten agieren, weil der Druck so hoch war, und darum verstehe ich das, dass sie jetzt einlenken und einschreiten müssen und das jetzt auch tun und auch testen werden und es wird sicherlich das ein oder andere geben, wo sich vielleicht im Nachhinein erweist, dass es vielleicht noch nicht die richtige Strategie ist, aber da das für die meisten Städte ja Neuland ist und jede Stadt auch anders ist, muss man manchmal Sachen probieren, um zu gucken, ob sie wirklich funktionieren. Weil, das Ziel ist es ja sozusagen eine lebenswerte Stadt zu haben, damit auch die Besucher in Zukunft gerne weiterhin in die Städte reisen. Das ist ja sozusagen eigentlich nur eine Absicherung, damit der Tourismus auch für die Besucher attraktiv wird. Natürlich für die Bewohner, aber dann auch im nächsten Schritt für die Besucher. Und darum finde ich, das werden die schon analysiert haben, das wird schon stimmen. #46:29#</p>
27.	<p><i>I: Im Rahmen meiner Recherchen hatte ich tatsächlich auch mal die Meinung gelesen, dass Overtourism nur ein vorübergehendes Phänomen ist, also dass sich das von alleine einpendelt, sobald sich die Einheimischen daran gewöhnt haben. Sehen Sie das auch so, oder denken Sie schon auch, dass das ein global wachsendes Problem ist, was aktiv eingedämmt werden muss? #46:54#</i></p> <p>B: Also es muss nicht eingedämmt werden, es muss gesteuert und gemanagt werden. Dazu muss man sich einfach nur die Bevölkerungsprognose auf diesem Planeten angucken und dann weiß man eigentlich schon, dass die Fläche, die wir hier haben, eine</p>

	<p>knappe Ressource ist. Und die werden wir uns mit immer mehr Menschen teilen müssen. Und immer mehr Menschen werden in die Städte reisen, egal ob es nach Europa ist oder woanders hin, um hier zu leben, zu arbeiten und diese zu besuchen. Darum glaube ich nicht, dass das ein Phänomen ist, was – ja, es wird dann vielleicht nicht mehr „Overtourism“ heißen, ja. Es wird sozusagen immer so vorhanden sein, dass wir uns immer damit beschäftigen werden müssen: Wer kommt hierher und wie regeln wir das Zusammenleben zwischen denen, die hier länger leben, zwischen denen, die hier nur vorübergehend sind, weil sie Studenten sind oder mit denen, die nur ein Wochenende zu Besuch sind. Das ist Stadtentwicklung. Ich kann jetzt nur für den städtischen Raum sprechen, ich weiß nicht, im ländlichen Raum, wie es da aussieht, aber das Thema wird uns noch eine Weile beschäftigen. #48:20#</p>
28.	<p><i>I: Zusätzlich ist mir auch im Rahmen meiner Recherchen immer wieder aufgefallen, dass das Destinationsmanagement ja eng mit der Politik verbunden ist und es daher auch viele Maßnahmen auf politischer Ebene gibt. Ich bin aber in meiner Arbeit auch auf Maßnahmen auf weiteren Ebenen eingegangen, also soziokulturell, die ökologische, ökonomische und auch die technologische. Haben Sie hierzu noch weitere Ideen für Maßnahmen oder Handlungsempfehlungen? #48:48#</i></p>
	<p>B: Tourismus ist ja eine Querschnittsbranche, betrifft ja einfach so viele unterschiedliche Bereiche, und natürlich muss man auch das Thema „Wie beeinflusst der Tourismus die Umwelt zum Beispiel vielleicht negativ“, ja, also wenn wir auf die ökologischen Aspekte gehen, damit muss man sich natürlich auch beschäftigen. Sie sprachen vorhin das Thema der Hop-On-Hop-Off-Busse an, also wie kann man es schaffen, dass dies keine Belastung wird für die nachfolgenden Generationen, Thema Klimawandel etc. pp., also natürlich kann man da auch in dem Bereich noch mehr machen. Das Thema ökonomische Wertschöpfung, also wie bleibt die</p>

	<p>Wertschöpfung auch innerhalb einer Stadt. Das ist auch ein Thema, mit dem sich der Tourismus beschäftigen sollte und muss. Und wie können wir einfach Technologien so smart einsetzen, dass sie uns helfen, auch im Bereich Tourismus. Also Mobilität, wie kann das besser funktionieren. Und das betrifft zwar selten nur ausschließlich den Tourismus, sondern das ist einfach eine Sache der Stadtentwicklung und der Stadtplanung und hat dann einfach auch Einfluss natürlich auf den Bereich Tourismus. #50:29#</p>
29.	<p><i>I: Wir haben ja auch viel über die Inhalte des Tourismuskonzepts gesprochen. Möchten Sie dem noch etwas hinzufügen, was Sie vielleicht als besonders wichtig erachten und ich nicht erwähnt habe?</i> #50:42#</p>
	<p>B: Sie haben glaube ich einen ganz guten Abriss, also es war sozusagen von allem irgendwie ein bisschen was dabei... Nein, per se nicht. Nochmal kurz zu Ihrer Ausgangsfrage – also, dass das Thema Destinationsmanagement im Wandel ist dadurch, dass wir eben diese besprochenen Herausforderungen haben, das ist sozusagen klar. Dass sich dadurch Rollen verändern, dass es neue Strategien geben muss, dass man mit neuen Playern in den Städten zusammenarbeiten muss, dass man gucken muss, wie man langfristig und nachhaltig mit diesen Themen umgeht und wie man Strategien entwickelt, die man auch tatsächlich umsetzen kann, damit die Städte authentisch bleiben und einfach lebenswert bleiben für die Bewohner, ich glaub, das ist sozusagen die grundsätzliche Herausforderung und das Thema, glaub ich, der nächsten Jahre. #51:51#</p>

Experten-Interview 3

Interviewer: Silvana Wrusch

Befragter: Julian Schwarze

Im Nachfolgenden I und B genannt



1.	<i>I: So, also danke erstmal nochmal, dass Sie mich da auch unterstützen. Das Thema lautet „Probleme und Herausforderungen im Destinationsmanagement durch Overtourism – Entwicklungsanalysen und Handlungsempfehlungen für ausgewählte Destinationen“ und eine der ausgewählten Destinationen ist Berlin. Bitte erzählen Sie einmal kurz wer Sie sind, was Sie beruflich machen und wie Sie zu Berlin stehen, und seit wann Sie auch in Berlin leben. #01:56#</i>
	<i>B: Also, Julian Schwarze, bin der Fraktionsvorsitzende der Fraktion „Bündnis 90/Die Grünen“ in der Bezirksverordnetenversammlung von Friedrichshain-Kreuzberg, was quasi das Bezirksparlament ist. Ich bin dort in den Ausschüssen für Stadtentwicklung und in dem Ausschuss für Wirtschaft. Ebenso arbeite ich auch im politischen Bereich im Abgeordnetenhaus als Referent. Jetzt habe ich den anderen Teil – ach so, Berlin. Ich bin in Berlin geboren und aufgewachsen und dann, fehlt jetzt noch was? #02:39#</i>
2.	<i>I: Nee, das ist nur, um nochmal wirklich einen kurzen Überblick zu bekommen. Ich hatte zum Beispiel auch schon mit visitBerlin gesprochen und das stelle ich halt immer als erste Frage. Wann haben Sie denn das erste Mal vom Begriff „Overtourism“ gehört und was verstehen Sie persönlich darunter? #03:00#</i>

	<p>B: Ich kann gar nicht genau sagen, wann ich das erste Mal von dem Begriff gehört habe, weil der Begriff letzten Endes ein Problem beschreibt, das glaub ich schon vor dem Begriff da war. Also unter dem Begriff selber würde ich halt, erstmal so – diese aus stark touristisch frequentierten Orten resultierenden Probleme. Man hat Nutzungskonflikte zwischen Anwohnern und Touristen aufgrund von einer immer steigenden Anzahl von Touristen und auch der auf diese ausgerichtete Infrastruktur. Und diese Konfliktlage haben wir, naja, ich glaube das erste Mal 2010 mit einer Veranstaltung bei uns im Bezirk in den Raum gestellt und ich glaube, also mir war der Begriff zumindest damals nicht bekannt, dass der Begriff „Overtourism“ jünger ist. Also zumindest habe ich ihn damals nicht benutzt oder so wirklich wahrgenommen, es kann sein, dass es ihn schon länger gibt, aber ich hab so den Eindruck, dieses „Overtourism“ als Begriff ist in den letzten Jahren populär geworden. Heißt natürlich nicht, dass es in der Wissenschaft nicht schon vorher benutzt habe und ich es einfach nicht wahrgenommen habe. Aber da wurde dann zum Teil auch von „Touristification“ und ähnlichem gesprochen. Letzten Endes ist es ein Phänomen, das glaub ich resultiert hat aus einer ungesteuerten Tourismuspolitik. Man kann nicht alles in der Tourismuspolitik lenken und steuern, das ist klar, aber man kann bestimmte Rahmenbedingungen setzen. Wenn man das nicht tut, begünstigt man natürlich gerade solche Phänomene und da glaub ich liegt so ein bisschen das drin, wie ich es verstehen würde. #04:57#</p>
3.	<p><i>I: Also das heißt im Zusammenhang mit Berlin haben Sie ungefähr 2010 das erste Mal von diesem Phänomen Overtourism gehört? #05:04#</i></p> <p>B: Naja, gehört... Es ging schon ein bisschen vorher los, aber dass es dann jetzt so in Kreuzberg sehr in den Mittelpunkt rückte würde ich ungefähr da datieren. Da gab's dann ne Veranstaltung mit dem etwas, ja, kurz zusammengefassten Titel „Hilfe, die Touris kommen!“ und die war erstaunlich gut besucht, ich glaube 150 Leute aus der</p>

	<p>Nachbarschaft und entsprechend Presse aber auch. Und das würde ich so ein bisschen als Aufschlag bezeichnen. Heißt aber nicht, dass das der erste Moment war, wo es damit losging, aber das war der Moment, wo es ein bisschen mehr in den Fokus der Öffentlichkeit der Stadt rückte. Vorher war das in den Kiezen und bei den Anwohnern in verschiedenen Teilen schon bemerkbar und Leute haben sich auch beschwert über die Auswirkungen, und damit allerdings hat das eine andere Dimension nochmal bekommen, dass da halt in der ganzen Stadt drüber diskutiert wurde. #06:05#</p>
<p>4.</p>	<p><i>I: Gab es den Zeitpunkt, an dem Sie persönlich das Gefühl hatten, dass zu viele Touristen nach Berlin kommen? Und falls ja, wann war das und in welcher Situation, an welchem Ort befanden Sie sich? #06:19#</i></p> <p>B: Ich weiß nicht, ob man das nur darauf sagen kann, dass zu viele Touristen nach Berlin kommen. Ich glaube, das ist nicht unbedingt die alleinige Ursache und da auch nicht unbedingt der Auslöser, sondern es ist eher, dass es sich konzentriert an wenigen Orten, die dafür überhaupt nicht vorbereitet sind, ich glaube da liegt eher das Problem. Berlin könnte die Zahl der Touristen ohne weiteres Verkräften, da sehe ich persönlich jetzt nicht das größte Problem, sondern es geht einfach um den Umgang. Und da würde ich jetzt eher – also nicht alleine der Tourist, populär gesagt, sondern vor allen Dingen auch die Stadt im Umgang mit Besucherinnen und Besuchern. Da kommen wir später sicherlich nochmal zu, warum ich das nochmal so sage, weil viele Probleme, die wir haben, nicht alleinig von den Touristen von außerhalb resultieren, sondern auch von den Touristen innerhalb der Stadt, wenn man das mal so bezeichnet. Und wenn man das nur trennt, dann, glaub ich, kriegen wir die Lösung nicht hin. Aber jetzt nochmal zurück auf die Frage, müssten Sie nochmal ganz kurz sagen, jetzt hab ich mich... #07:38#</p>
<p>5.</p>	<p><i>I: Also ob es bei Ihnen auch den Zeitpunkt gab, wo Sie gedacht haben, es sind einfach, ja, dass Sie einfach den Overtourism auch persönlich bemerkt haben. #07:48#</i></p>

	<p>B: Ich würde das ähnlich bezeichnen, so um 2010, 2011 rum, dass ich da sagen würde, da ist eine Entwicklung in Gang gesetzt worden, die auf dieser, ja, rot-roten, also vom damaligen rot-roten Senat ausgegebenen Strategie, Hauptsache möglichst viele Leute in die Stadt, und was dann passiert, ist uns egal, auf dieser reinen wachstumsorientierten Politik, die da gemacht wurde, basierte, wo einfach spürbar war – ok, hier läuft was falsch. Und das würde ich auch so in dem Dreh rum verordnen. Vielleicht sogar ein bisschen früher, da kann man dann drüber streiten, aber um 10 rum. #08:30#</p>
6.	<p><i>I: Warum ist denn aus Ihrer Sicht ausgerechnet Berlin, bzw. es sind ja eigentlich nur bestimmte Bezirke Berlins, vom Overtourism betroffen?</i> #08:41#</p> <p>B: Also ich glaube, das hat damit zu tun, dass sich der Städtetourismus gewandelt hat und da wiederum haben verschiedene Faktoren Einfluss drauf. Einerseits ist das Reisen an sich einfacher und billiger geworden, gerade über größere Distanzen. Also ich glaube, wir hätten hier in ganz Europa andere Probleme mit dem Städtetourismus ohne die Billigflieger. Ich will jetzt gar nicht sagen Billigflieger sind alle nur schlecht und so, will auch gar nicht sagen, wir müssen das Reisen nur teurer machen. Wir müssen natürlich die entstandenen Umweltkosten fair abbilden, das ist aber ne andere Debatte. Gleichzeitig ist das ein Einfluss. Das andere ist, dass so Städtetrips natürlich heute ne andere Bedeutung haben, als sie es vielleicht vor 20 Jahren hatten. Einfach, weil sich's viel mehr Leute auch leisten können. Und hinzu kommt, dass sich die Städtereisen an sich, wie Leute in den Städten sich bewegen, verändert. Ich glaube, dieses klassische „Ich fahr' in eine Stadt, ich guck mir die Sightseeing-Sachen an, geh vielleicht noch in ein Museum und dann noch was essen und das war's. Und vielleicht geh ich noch in ne Kneipe“ hat sich dahin gewandelt, dass so ein bisschen dieses „Leben wie die Einheimischen“, also quasi dieses für ne kurze Zeit Stadtnutzer werden, und es gar keine wirklichen Unterschiede mehr gibt, ob ich jetzt wohne oder für ein Wochenende</p>

	<p>da bin, weil ich die gleichen Orte besuche. Ich glaube das hat auch einen starken Einfluss gehabt und hat es auch. Hinzu kommt, dass, gerade in den letzten Jahren, das vielleicht nicht seit zehn, aber bestimmt in den letzten drei, vier Jahren, viel mehr an Orten nicht mehr über klassische Reiseführer herausgefunden wird, die gedruckt irgendwo liegen, sondern halt übers Internet und dadurch vielmehr auch diese Vermischung zwischen Bewohnern und Touristen verschwimmt. Was natürlich einen Einfluss dann hat wiederum auf die Orte und auf die Infrastruktur vor Ort. Ich glaube das sind so Faktoren, die da mit eine ganz große Rolle spielen. Und hinzu kommt dann auch gleich das Phänomen Ferienwohnung und ähnliches, was da ganz klar mit hineinspielt. Also diese temporäre Stadtnutzer-Debatte hat ja auch damit zu tun, dass ich nicht in ein klassisches Hotel mehr gehen möchte, oft, sondern halt in Ferienwohnungen, viele. Was natürlich auch wiederum Einfluss hat auf die Stadt und darum zu negativen Auswirkungen der Wahrnehmung bei den Menschen führt. #11:21#</p>
7.	<p><i>I: Weil Sie das Thema Airbnb oder, ich sag mal, private Unterkünfte auch gerade schon ansprechen – Airbnb selbst hat eine Studie ausgegeben, in der es eigentlich darum geht, dass die private Vermietung über das Portal keine negativen Auswirkungen auf Destinationen hat, weil sich die Touristen laut Airbnb sogar noch besser verteilen würden und die Erfahrungen so für den Gast und den Gastgeber positiv wären. Was sagen Sie dazu? #11:50#</i></p>
	<p>B: Ja, Monsanto sagt auch, dass Glyphosat ungefährlich ist. Also, dass Airbnb das sagt, das... alles andere hätte mich jetzt überrascht, sagen wir mal so, dann hätten sie ja gleich ihr Geschäftsmodell aufgeben können. Letzen Endes ist es, wenn man sich die Konzentration der Ferienwohnungen anguckt, auch bei Airbnb, mitnichten so, und das sollten dann Airbnb vielleicht auch mal transparent machen, indem sie ihre Daten raus geben, was sie ja nicht tun, hat wohl auch nen Grund, dass jetzt ganz viele Leute in Reinickendorf, in Zehlendorf, in Steglitz, man könnte die Liste jetzt noch ein bisschen fortsetzen, ne</p>

Ferienwohnung nehmen, um dann mit der U-Bahn in die Stadt zu fahren. Das möchte ich mal sehen. Das passiert nämlich nicht. Die Leute sind natürlich in Neukölln, in Kreuzberg, in Mitte, und in Prenzlauer Berg meinetwegen, weil dort letzten Endes das ist, warum sie nach Berlin kommen. Die Leute fahren ja hierhin, um halt auch ein urbanes Leben zu haben für ein Wochenende, um auf die Straße zu gehen, ein paar Meter zu laufen, ne riesige Restaurant- und Kneipenvielfalt zu haben, ist ja auch alles schön, ne Clublandschaft zu haben, ne Kulturlandschaft zu haben, all das wollen die halt haben, deswegen ist ja auch die Attraktivität Berlins so groß, also das gibt's. Und dafür nehme ich ja keine Ferienwohnung am Stadtrand. Deswegen ist das ein bisschen absurd. Hinzu kommt einfach auch, dass genug andere Untersuchungen und Studien genau das Gegenteil sagen, dass nämlich exakt der preiswerte Wohnraum durch solche Wohnungen verloren geht, der auf Airbnb und andere Anbieter dann zurückfällt. Es gab schon vor einigen Jahren, ich hab leider nicht mehr genau die exakten Zahlen, Schätzungen von der Kiezinitiative für den Kreuzberger Chamisso-Kiez, die mal selber so ein bisschen in der Nachbarschaft rumgefragt und rumgeguckt haben und die analysiert haben, ok, welche Wohnungen in den Häusern sind denn Ferienwohnungen geworden? Und da war es so, dass es die Wohnungen waren, die halt klein und dunkel und vielleicht im Seitenflügel und so waren, die billigen quasi, für die man auch nicht so viel Miete zahlte, weil sie einfach nicht so gut waren, mit denen man aber mit Ferienwohnungen einen schönen Reibach machen kann. Weil ein Gast jetzt auch nicht das ganze Wochenende nur in der Wohnung verbringt, sondern halt ein paar Stunden da ist und dann losgeht und dann da vielleicht übernachtet. Gleichzeitig haben wir viele Rückmeldungen von ganz vielen aus verschiedenen Teilen der Stadt, von Mietern, die halt drei, vier, fünf, sechs, sieben Ferienwohnungen in ihren Häusern haben, was auch kein normales Wohnen mehr ermöglicht. Natürlich gibt's Fälle, wo eine Wohnung mal für nen Monat

	<p>oder so benutzt wird, oder für zwei Wochen im Jahr, klar, gibt es. Aber der Regelfall ist halt, dass es ein Geschäftsmodell geworden ist. Und mittlerweile ist es sogar so weit, dass bei dem Erwerb von Eigentumswohnungen teils empfohlen wird, die für ne gewisse Zeit als Ferienwohnung zu vermieten, damit man nämlich schneller den Kredit zurückzahlen kann, weil man ein Vielfaches an Geld verdient durch diese Vermietung über Airbnb und andere Plattformen. Deswegen ist das, was Airbnb sagt, da... Naja, gut, also, dann kann man auch wieder an den Weihnachtsmann glauben, um das jetzt mal populistisch zu sagen. Wenn das alles so wäre, wie Airbnb behauptet, dann sollten sie einfach mal ihre Zahlen offenlegen, weil dann haben sie ja nichts zu befürchten. Aber da weigern sie sich ja partout und das alleine sollte stutzig machen, finde ich zumindest. Weil, wenn ich so ne Behauptung in den Raum stelle, dann muss ich sie belegen aber nicht mit „ich habe mir selber mein eigenes Geschäftsfeld angeguckt“. Und vielleicht auch noch dazu ein Satz zu Airbnb. Rund um dieses Thema Zweckentfremdung und Zweckentfremdungsverbotsgesetz, was es in Berlin gab, hat Airbnb auch gesagt, dass sie nicht daran denken, sich an das Gesetz zu halten, weil es ihnen nicht passt. Und das sagt auch viel über Airbnb aus. Und dementsprechend, wenn die es wirklich meinen, mit dem was sie sagen, immer so wieder, dann sollen sie sich auch entsprechend verhalten. #16:08#</p>
8.	<p><i>I: Dieses Zweckentfremdungsverbot wurde ja letztes Jahr nochmal verschärft. Würden Sie sagen, dass das doch ein Stück weit jetzt auch wirklich schon Erfolg hatte oder merkt man eigentlich noch gar keinen Unterschied auf dem Wohnungsmarkt? #16:25#</i></p>
	<p>B: Also erstmal würde ich die Frage mit „ja“ beantworten – es ist ein Erfolg und das merkt man auch. Man muss dazu aber gleichzeitig sagen, das Zweckentfremdungsverbotsgesetz hat sich ja nicht nur an Ferienwohnungsnutzung gewandt, sondern auch an Leerstand, zum Beispiel auch an Abriss beziehungsweise an Umnutzung von Wohnraum. Und diese drei Punkte sind halt etwas, was auch gerade</p>

in Berlin eine Rolle spielt. Und Ferienwohnungen ebenso, aber es ist halt nicht der alleinige Adressat. Und bei Ferienwohnungen selber wurde natürlich auch nochmal eine Registrierungsnummer eingeführt und es gab nochmal ne Klarstellung an bestimmten Punkten. An sich hat sich da so viel nicht geändert. Aber beim Bereich Abriss und Leerstand sind die Regeln massiv verstärkt worden, gerade beim Thema Abriss, und das wiederum merkt man auch heute schon, ist aber nochmal ein anderer Themenkomplex. Also dementsprechend, was die Reform des Gesetzes angeht, eindeutig „ja“, bei Ferienwohnungen stehen wir halt vor dem gleichen Problem, dass vieles einfach illegal bleibt und sich nicht anmeldet, und dass gerade Airbnb an der Stelle auch kein Interesse daran hat, für entsprechende Transparenz zu sorgen und sich auch weigert, Anfragen von den Bezirksamtern zu beantworten und Daten auszugeben, wenn es Verdachtsfälle auf Verstöße gegen das Gesetz gibt. Da sagt Airbnb dann: „Können wir nicht machen, unser Server steht in Irland und wir halten uns nicht an euer Gesetz, weil es uns nicht passt“, so platt gesagt. In München gab's ja gerade ein entsprechendes Urteil, dass Airbnb das aber trotzdem tun muss. Und ich finde auch diese Herangehensweise übrigens sehr fragwürdig, weil, was heißt das im Umkehrschluss? Nur weil ich einen Server irgendwo anders in der Welt stehen habe muss ich mich nicht an die geltenden Gesetze vor Ort halten? Das kann man natürlich auch immer auf andere Fragen und andere Bereiche ausdehnen. Und ich glaube, was weiß ich, wenn Airbnb jetzt nicht Wohnungen machen würde, sondern illegalen Waffenhandel, und dann sagen würde „unsere Server stehen in Irland“, ich glaube, dann wäre die Debatte in der Öffentlichkeit auch nochmal ne andere, aber es ist die gleiche Logik. Und das ist halt ein Problem, vor dem die Ämter dann stehen und die Gerichte zum Teil auch nicht wirklich weit kommen, weil wir da an der Stelle auch mal insgesamt in der EU uns überlegen müssen, wie wir mit solchen großen Internetkonzernen umgehen, die ein Geschäftsmodell haben, was

	<p>zwar alle Länder betrifft, aber so tun, als wenn sie in den Ländern nicht beheimatet sind. Ist aber auch nochmal ne zweite Debatte. #19:04#</p>
9.	<p><i>I: VisitBerlin hat ja zusammen mit der Senatsverwaltung ein neues Tourismuskonzept entwickelt, in dem natürlich auch angegeben ist, dass ja viele internationale Touristen auf der Suche nach Geheimtipps sind, also so wie Sie auch schon gesagt haben, mit dem Motiv „Live like a local“ und gerade an diesen Hotspots wird dann natürlich Lärm und Müll gefördert. Wie schätzen Sie die Wichtigkeit der Berliner und Berlinerinnen ein, also wie sehen Sie den Einfluss der Einheimischen auf internationale Touristen? #19:52#</i></p>
	<p>B: Das ist ne gute Frage, die schwer zu beantworten ist. Ich glaube der Einfluss ist da, aber auch jetzt nicht zu hundert Prozent. Na klar hat es ne Rolle, wie sich das Umfeld verhält auf die Leute drumherum. Also in der Oper macht auch keiner ne Boom-Box an, schlechtes Beispiel vielleicht. Aber ich meine nur, das hat natürlich einen Einfluss. Wenn ich halt eine Umgebung habe, wo alle Leute auch entsprechend sich gut unterhalten und Spaß haben und so weiter, dann ist das natürlich etwas, wo ich jetzt nicht stehe und denke, ich darf hier nichts sagen oder muss nur ganz ruhig sein. Gleichzeitig, kombiniert mit dem Phänomen dieses Overtourism, sind oft die Einheimischen oder die Anwohner in der Minderheit. Das heißt, sie haben gar nicht mehr die Möglichkeit sich einfach so zu verhalten, wie sie es selber machen, weil sie Nachbarn sind, sondern sie werden so ein bisschen auch erdrückt quasi von den Massen. Die dann wiederum aber nicht aus dem Ausland, also Ausland an der Stelle jetzt mal verstanden als „außerhalb Berlins“, kommen müssen, sondern halt wie gesagt auch aus dem Nachbarbezirk kommen können. Und deswegen ist der Einfluss wahrscheinlich in den Gebieten, wo wir noch ein Gleichgewicht haben und nicht so viele Konflikte, ist er da und ansonsten ist er eher gering. Und man muss auch ehrlich sein und sagen: Auch Berliner verursachen Probleme im Nachtleben und sorgen für Lärmbeschwerden bei den Nachbarn und ähnlichem. Also</p>

	<p>es ist mitnichten so, dass die Berliner jetzt hier nur allesamt, ja, sich toll verhalten. Aber das ist glaube ich das, was es auch so schwierig macht, weil es sich ja so mischt. Also man hat nicht mehr klar die Grenze zwischen Tourist und Einheimischem, sondern das ist zum Teil einfach auch schwer zu erkennen – wer ist jetzt hier eigentlich für ein Wochenende da und wer ist hier gerade heute hier aber wohnt vielleicht sogar einfach nur um die Ecke oder nem anderen Bezirk, das wird immer schwieriger. Auch dazu gab es mal ne Untersuchung, ist auch schon wieder einige Jahre her, für den Wrangel-Kiez in Kreuzberg, und da wurde letzten Endes gesagt, dass 50% der Leute auch im Kiez selber wohnen, die da unterwegs sind, was es natürlich auch nochmal in ein anderes Licht rückt. Weil es auch damals schon Beschwerden gab aus verschiedenen Ecken heraus und die Wahrnehmung aber eine andere war. Die Wahrnehmung war, die kommen alle irgendwo her, was aber nicht stimmte. Und das kann man übrigens auch nicht mehr alleinig an der Sprache, die gesprochen wird, festmachen, weil auch natürlich Leute hier wohnen, die vielleicht ne andere Muttersprache haben, für ein halbes Jahr erst da sind und noch nicht im Deutsch so flüssig sind und sich dann vielleicht mit anderen Leuten auf Englisch unterhalten, die vielleicht aber schon ihr ganzes Leben in Berlin sind. Aber derjenige, der dran vorbeigeht und sich vielleicht gerade daran stört, dass sie da lachend über die Straße laufen, sagt: „Touristen.“ Und sind sie aber nicht. Das ist auch so ein Problem dabei, und ich glaube, deswegen ist dieses schwer nur auseinander zu halten und der Einfluss von den Anwohnern dadurch auch geringer, umso mehr halt so ein Hotspot entstanden ist. #23:29#</p>
10.	<p><i>I: In diesem neuen Tourismuskonzept, was entwickelt wurde, ist auch vorgesehen, dass dieser momentan räumlich stark konzentrierte Tourismus sich mehr auf alle zwölf Bezirke verteilen soll, die ja auch Potential bieten. Wie ist es Ihrer Meinung nach überhaupt möglich, die Touristenströme besser zu verteilen? #23:50#</i></p>

	<p>B: Also ich finde das erstmal ne interessante Idee und es ist auch gut, dass das in diesem Tourismuskonzept steht. Ich bin gespannt auf die Vorschläge, weil ich hab keine. Also was man machen kann sind natürlich alles so Sachen, die tagsüber stattfinden. Da gibt's auch schon Vorschläge interessanter Art. Da hat Berlin auch, glaube ich, ne Menge interessanter Orte, wo sich auch Publikum hinbewegt, was abends in nem Club feiern gehen möchte oder so. Das ist, denke ich mal, etwas, was man hinkriegt. Nur abends wird es meines Erachtens nach nicht gelingen. Weil, wenn ich tagsüber mir die noch zerfallende Siemensbahn angucke und da über überwucherte Schienen wandere und so weiter, also das ist ein Beispiel, werde ich ja nachts nicht in Spandau was essen gehen. Also da glaube ich kriegen wir das nicht gelöst, zumindest nicht mit dem Problem in diesen Hotspots. Also das heißt, so eine Entzerrung zu versuchen ist schön, aber sie wird an Grenzen stoßen – meine Meinung. Aber ich lasse mich da gerne vom Gegenteil überzeugen und bin gespannt, was da noch so vorgeschlagen wird. #25:14#</p>
11.	<p><i>I: Es wurde ja auch bereits 2013 eine Geschäftsstelle eingerichtet – Akzeptanzerhaltung im Tourismus – die auch schon die Aufgabe hatte, wie der Name schon sagt, die Akzeptanz der Einheimischen gegenüber dem Tourismus langfristig zu sichern. Haben Sie da Erfahrungen mit der Geschäftsstelle gemacht? #25:36#</i></p> <p>B: Nein. Also Sie hatten ja die Fragen geschickt, ich hab auch mal drüber geguckt – ich wusste nicht, dass es die seit 2013 gibt. Muss ich dazusagen. Also ich weiß nicht, mit wem die kommuniziert haben, vielleicht mit den Bezirksamtern, teilweise, aber seit 2013 lief es mitnichten so, dass visitBerlin da auf dieses Thema eingegangen wäre. Das hat ne Weile länger gedauert. Und dementsprechend, ne Geschäftsstelle ist ja schön, aber die hilft ja auch erstmal nicht. Zumindest hat man nichts davon mitbekommen, dass es was geändert hätte. #26:19#</p>

12. *I: VisitBerlin hat auch 2016 eine Studie in Auftrag gegeben, bei der man einen klaren Zusammenhang erkennen konnte zwischen der Anzahl der Unterkünfte und der Unzufriedenheit der Einheimischen über den Tourismus. Also in Mitte zum Beispiel, da waren es glaub ich 41% der Einheimischen, die sich vom Tourismus gestört fühlen, in Kreuzberg jeder Dritte. In Barcelona versucht man ja mittlerweile mit einem Verbot von neuen Hotels die Unzufriedenheit der Einwohner zu bekämpfen. Meinen Sie, dass ein Stopp von neuen Hotels oder Hostels die Unzufriedenheit eindämmen könnte? #26:58#*

B: Ja. Bin ich überzeugt aus verschiedenen Gründen. Einerseits, weil wir in den letzten, ja, zehn Jahren locker beobachten konnten, dass, gerade jetzt in den angesprochenen Bezirken, also ich würde da Friedrichshain auch noch mit rein nehmen, die müssten von den Zahlen auch minimal höher als Kreuzberg liegen, dass dort halt gerade ganz viele so billige Hotels bzw. eher Hostels entstanden sind. In Mitte ja auch und das zum Teil auch in Altbaubestand passiert ist, also Hinterhäuser oder ähnliches wurden umgenutzt, es wurden aber auch neue Hotelbauten hingesetzt. An sich ist ein Hotel oder ein Hostel nichts Schlechtes, weil, die Leute müssen irgendwo schlafen und sie sollen ja nach Möglichkeit auch nicht in ner Ferienwohnung sein. Dass man eine gewisse Kapazität braucht, ist in Ordnung. Nur wenn man es konzentriert an wenigen Orten und dann auch noch gerade halt billige Hostels an wenigen Orten konzentriert, dann sorgt das dafür, dass es natürlich einen Einfluss auf die Umgebung hat. Sprich, die Geschäfte und ähnliches werden sich ändern, weil die Nachfrage ne neue ist. Und bestimmte Angebote fallen halt einfach raus, weil es attraktiver wird, anderes ins Sortiment zu nehmen oder ein anderes Geschäft zu eröffnen. Und das ist ein Problem. Und das wiederum verändert ganze Kiezstrukturen, das wird auch von vielen bemängelt, also von verschiedenen Kiezinitiativen. Und dementsprechend bin ich davon überzeugt, dass wir da ne Steuerung benötigen. Also dass klarer gesagt wird, ok, hier haben wir jetzt schon so und so viele Betten und

	<p>hier bauen wir jetzt nicht noch ein weiteres Hotel. Dafür fordern wir auch schon seit Jahren einen Hotelentwicklungsplan, so haben wir das mal genannt, der ist auch im Koalitionsvertrag des rot-rot-grünen Senats dann auf unser Drängen aufgenommen und steht drin als Ziel. Der steht auch im Tourismuskonzept drin als Ziel und der ist auch im Abgeordnetenhaus beschlossen worden als Ziel, allein die Umsetzung fehlt bisher. Das müsste dann stadtplanerisch passieren, die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung legt da aber kein großes Interesse bisher drauf. Es gibt noch ein paar andere Steuerungsinstrumente, wo man ansetzen kann, wo das dann auch auf Bezirksebene versucht wurde, es gab da auch schon mal von Friedrichshain-Kreuzberg in 2010 einen Beschluss vom Bezirksamt, das gesagt hat, dass Hotels bzw. Hostels ab einer gewissen Kapazität – ich weiß nicht mehr genau, das waren 50 oder 100 Betten, das war baurechtlich begründet, diese Zahl – nicht mehr zugelassen werden in Wohngebieten. Und das ist dann auch erfolgt, und dann hat aber der Senat, damals noch rot-rot, später auch rot-schwarz, immer im Widerspruch gegen den Bezirk entschieden und diese Dinge dann trotzdem genehmigt. Also da sehe ich einen deutlichen Zusammenhang und was Barcelona macht, ist auch eine sehr spannende Sache. In der Form, wie es Barcelona macht, können wir es in Berlin leider nicht so einfach tun, weil wir ein anderes Baurecht haben in Deutschland. Aber es wäre wünschenswert, wenn es so einfach wäre. Mittel und Wege gibt es aber auch hier, sie müssen halt genutzt werden und sie müssen bald genutzt werden, weil sonst ist es irgendwann auch zu spät. #30:19#</p>
13.	<p><i>I: Also sind Ihrer Meinung nach auch die Hotels und Hostels, die immer mehr gebaut werden, Auslöser für die Gentrifizierung von Kiezen und Bezirken oder was sehen Sie da als weitere Gründe? #30:34#</i></p> <p>B: Jetzt für die Gentrifizierung? Das ist ne lange Liste. Also Hotels und Hostels sind ein Faktor, aber sie sind nicht der Hauptfaktor. Da bin ich anderer Meinung. Nämlich da sehe ich eher einerseits die</p>

	<p>Immobilienpekulation als Problem, andererseits fehlende Regulierungsinstrumente im Mietbereich und im Mietrecht. Und dann kommt natürlich eine gestiegene Attraktivität hinzu. Und wenn dann noch Wohnraum verknappt wird, weil er umgenutzt wird, klar, hat das auch ne Rolle. Aber nicht in der Größenordnung. Da müsste man dann, da könnte ich auch sehr viel zu sagen, würde aber auch eine ganze Menge Raum dann benötigen. Also hinsichtlich der mietrechtlichen Instrumente, die angepasst werden müssten, der städtebaulichen Instrumente und der baurechtlichen Instrumente, die wir haben müssten, um halt Gentrifizierung in ihren Auswirkungen stärker einzugrenzen. Da sehe ich eher den Punkt für die Auslöser der Gentrifizierung. #31:58#</p>
14.	<p><i>I: Sie haben ja schon gesagt, dass es einfach vom Baurecht her in Deutschland nicht so einfach wäre wie in Barcelona, dass man sagt, es wird ein Baustopp von Hotels verhängt. In Amsterdam zum Beispiel überlegt die Regierung ja, die Hotelsteuer anzuheben. Würden Sie eine solche Erhöhung für Berlin oder besonders für die belasteten Bezirke als sinnvoll erachten und wenn nein, was spricht aus Ihrer Sicht dagegen? #32:26#</i></p> <p>B: Ich weiß gar nicht, ob wir die... Also Berlin ist ja einerseits Bundesland und gleichzeitig Einheitskommune. Das ist ja so ein Sonderfall mit den Stadtstaaten, das heißt die Bezirke sind keine richtigen Kommunen und haben halt entsprechend solche Kompetenzen nicht. Das heißt, wir haben keine Steuereinnahmen, also all das, was so andere Kommunen machen können, können die Bezirke nicht, sondern das muss immer das Land Berlin machen, weil es auch Einheitskommune quasi ist. Und ich deswegen nicht, ob man innerhalb einer Kommune zwei verschiedene Steuersätze haben kann. Geht bestimmt vielleicht, ich glaube allerdings, dass das gar nicht so den Effekt haben würde, weil die Preise wahrscheinlich dann nur minimal sich verändern würden und es immer noch attraktiv ist für die meisten, nehme ich mal stark an. Deswegen glaube ich, dass das nicht</p>

ganz zielführend ist für Berlin. Ich bin eher der Meinung, wir müssten einfach die Orte steuern. Ja, es ist wie gesagt nicht so einfach wie in Barcelona oder wie es dann dort einfach umgesetzt werden kann. Baurechtlich ist die Annahme in Deutschland einfach eine andere. Man hat Gebiete, die sind definiert als Wohngebiet oder Mischgebiet oder als Gewerbegebiet oder urbanes Gebiet und dann gibt es halt eine Bundesverordnung, also die Baunutzungsverordnung, in der dann festgelegt ist, welche Arten der Nutzung in diesen Gebieten zulässig sind. Und das heißt dann nicht „Hotels“ und „Hostels“, sondern es heißt „Beherbergungsbetriebe“, und die wiederum sind prinzipiell zulässig in Mischgebieten und Gewerbegebieten und so weiter. In allgemeinen Wohngebieten sind sie ausnahmsweise zulässig. Und wir haben aber das Problem, dass ganz viele Gebiete in Berlin als Mischgebiete deklariert sind. Und das heißt, ich muss dann, von der Logik her, einem Eigentümer, und so ist wiederum ja auch dann die bundesdeutsche Idee des Baurechtes, der einen Anspruch hat auf Bebauung und Nutzung von seinem Grundstück, ein Nutzungsrecht wegnehmen. Und das kann ich tun, aber je nach dem, wie die Voraussetzungen waren – ob es schon bestehende Anträge für eine Hotelnutzung gab oder nicht, oder ähnliches – kann das entschädigungspflichtig werden bzw. es wird sehr kleinteilig. Und das wiederum ist halt etwas, was die Ämter in ihrer derzeitigen Ausstattung auf Bezirksebene alleine ohne Unterstützung durch die Landesebene nicht hinkriegen, und vor allen Dingen auch in den letzten Jahren der Entwicklung hinterhergelaufen sind. Und das ist nicht gut. Aber Ursache ist halt einfach, dass es ganz viele Grundstücke... Also auch jetzt gerade haben wir wieder mit ein, zwei Sachen zu kämpfen, wo es einfach einen Anspruch gibt, dass dort ein Hotel entstehen darf, von der Nutzung des Grundstücks. Und um das zu verhindern, muss ich den Bebauungsplan ändern. Ich darf aber wiederum im Baurecht in Deutschland keine reine Verhinderungsplanung machen, das hat der Bundesgesetzgeber ausgeschlossen. Das heißt ich muss begründen, warum ich das

	<p>Baurecht ändere, um eine Nutzungsart auszuschließen. Und das ist halt sehr, sehr, sehr kleinteilig. Wir prüfen gerade, inwiefern das großflächiger passieren kann – das geht für andere Bereiche. Also zum Beispiel Baumärkte und Großmärkte und ähnliches sind so besteuert, zentral, über ein übergeordnetes, städtebauliches Instrument. Und ob das aber für Hotels genauso funktioniert ist ein bisschen fraglich, aber es ist in der Prüfung und es gibt auch Ansätze. Aber da, wie gesagt, komme ich wieder auf den Punkt zurück, das ist halt Städtebau und Städtebaurecht und dann auch die Senatsverwaltung entsprechend mal, wie soll ich das sagen, ne Motivation, sich neu dahinter zu klemmen, und das verweigern die bisher. Trotz Beschluss im Abgeordnetenhaus, trotz Koalitionsvertrag und da sind wir aber dran, also da werden wir auch nicht mehr das uns länger angucken. #36:40#</p>
15.	<p><i>I: Ich gehe jetzt nochmal kurz in den Städtevergleich – einmal mit Amsterdam. Dort hat man ja schon 2017 beschlossen, dass in der Innenstadt keine neuen Geschäfte, die sich überwiegend an Touristen, also Touristenshops, mehr eröffnen dürfen. Zusätzlich wurde für die private Vermietung über Airbnb die bereits vorhandene Obergrenze an vermieteten Tagen pro Unterkunft verschärft. Reisebusse sollen künftig die Innenstadt nicht mehr anfahren dürfen und Kreuzfahrtschiffe nicht im Hafen anlegen. Darüber hinaus soll auch der Auto- und Fahrradverleih in der Innenstadt beschränkt werden. Was sagen Sie zu den Maßnahmen? Finden sie das radikal und für den Tourismus vielleicht eher schädigend oder halten Sie dieses Konzept für sinnvoll? Und wären Maßnahmen davon auch auf Berlin anwendbar? #37:32#</i></p>
	<p>B: Also ich halte das für sinnvoll und ich halte das sogar für den Tourismus förderlich, weil ich das, warum die Menschen in die Stadt kommen, bewahre. Keiner reist in eine Stadt, wo ich nur noch Disneyland habe und alles künstlich und nur noch Tourismus ist. Das interessiert nach einer Weile auch die Touristen nicht mehr und dann wird man letzten Endes einen Einbruch in den Zahlen haben und allein aus der Logik heraus ist es förderlich, Strukturen nicht nur auf</p>

Tourismus ausrichten zu lassen. Wir haben in Berlin natürlich kein Problem mit Kreuzfahrtschiffen, das fällt hier raus, aber kann ich auch sehr gut nachvollziehen. Es gibt da ja auch die Extrembeispiele mit Venedig, oder auch Barcelona hat da Probleme. Ganz interessant übrigens – in Barcelona ist die Stadt überhaupt nicht für den Hafen zuständig, das ist ne nationale Ebene, die können da gar keinen Einfluss nehmen. Zumindest wurde uns das mal so präsentiert. Das stellt für die Stadt ein Problem dar, weil das ein erheblicher Faktor ist. Aber wie gesagt, Berlin liegt nicht am Meer, das ist vielleicht das einzige, das hier fehlt, aber das kann ich trotzdem sehr gut nachvollziehen. Die anderen Sachen kann ich ebenso verstehen. Es ist wiederum in Deutschland etwas schwieriger, so was einzuführen mit einem Verbot von Geschäften, die sich überwiegend an Touristen, vom Angebot, orientieren, weil es gibt das wiederum im Gewerbebereich bei uns nicht. Das ist das nächste Problem. Und all diese Regelungen müsste man auf Bundesebene einführen. Die Bundesebene tut aber genau das Gegenteil, eigentlich. Anstatt dort zu regulieren oder Einflussmöglichkeiten zu geben – man muss die ja nicht nutzen – aber wenn ne Gemeinde sagt, ok, wir wollen aber, weil wir müssen, oder irgendwas, geht das bisher nicht. Auch da wiederum kann man sich nur über Umwege versuchen zu helfen und das geht dann wieder über das ähnliche, wie ich es eben angesprochen hatte, über die Baunutzungsverordnung, die sagt, welche Art von Nutzung sind in welchen Gebieten zulässig. Und wir haben darüber versucht, zum Beispiel Kneipen zu regulieren. Das kann ich auch über Bebauungspläne machen, das hat die Stadt Heidelberg mal gemacht, ist aber auch wieder kompliziert. Und in Berlin, im Vergleich zu Amsterdam, kommt noch hinzu – wir haben nicht das eine Zentrum, also Berlin ist polyzentrisch. Und das macht es natürlich auch komplizierter. Amsterdam ist da wesentlich kleiner und begrenzter, Barcelona, da ist es ähnlich, dass es sich an einem Ort oder mehr oder weniger an einem Ort konzentriert. Und in Berlin wandert das ja auch

so ein bisschen, gerade so diese Hotspots, die uns vor Probleme stellen. Gentrifizierung an sich haben wir in der ganzen Stadt, aber wie gesagt, da sehe ich die Auslöser, auch deswegen übrigens, nicht nur im Tourismus. Und klar, wir brauchen da Instrumente, da haben wir einen Mangel, das ist ein Problem. Weil auch das dazu führt und auch schon geführt hat, dass Gegenden nicht mehr wirklich interessant sind für die Menschen, die da leben, und entsprechend aber auch für die Menschen, die nach Berlin kommen. Und wenn wir Berlin interessant halten wollen, für alle, also für die Menschen, die hier wohnen, aber auch für die, die hier nach Berlin kommen, dann müssen wir dafür sorgen, dass diese Vielfalt erhalten bleibt. Und die Vielfalt ist halt nicht: Späti neben Späti neben Kneipe neben Kneipe neben Restaurant. Das ist vielleicht in einer Straße so, aber wenn das ausufert – und das beobachten wir schon seit Jahren und das kritisieren wir schon seit Jahren und da haben wir auch, wie gesagt, schon dann auch mit dem §15 Baunutzungsverordnung in Verbindung mit Wohngebieten versucht, neue Kneipen nicht mehr zuzulassen, was auch passiert. Es werden übrigens keine Schanklizenzen oder so was vergeben, das gibt's überhaupt nicht. Wird oft auch immer irgendwie so mit angenommen, aber ist leider nicht so. Das ist halt ein Einfluss. Und mit dem Bebauungsplan kann man das ebenso steuern. Wir erleben aber gerade noch etwas weiteres, nämlich, dass wir Verdrängung und Zerstörung von Kiezstrukturen nicht mehr durch Kneipen und Restaurants haben, sondern zunehmend durch teure Design- oder Flagshipstores und dagegen helfen diese Instrumente wiederum nicht. Wir hatten einen Fall in der Kreuzberger Oranienstraße, da sollte ein sehr etablierter, alt eingesessener, großer Buchladen gekündigt werden und es sollte ein Designer-Brillengeschäft hinein. Und mit allen Instrumenten, die wir haben, hätten wir das nicht verhindern können. Weil das ist dann quasi Einzelhandel gegen Einzelhandel. Es gibt im deutschen Recht keine Kategorie dafür. Es wird jetzt nochmal geguckt, inwiefern man mit Erhaltungssatzung und ähnlichem agieren kann,

	<p>aber auch da wäre es schwer geworden so ein Brillengeschäft auszuschließen. Also das zeigt so diese Problematik. Und das übrigens wäre noch nicht mal auf Touristen ausgerichtet gewesen, hätte aber definitiv auch für Touristen Nachteile gebracht, wenn man das zu Ende denkt. Deswegen kann ich Amsterdam da sehr gut verstehen und ich beneide sie auch so ein bisschen, dass sie dafür Instrumente einfach so einführen können, das gilt auch für Barcelona. Wir wären in Berlin einen Schritt weiter, wenn wir das auch könnten. Es ist hier immer nur komplizierter. Heißt aber nicht, dass es nicht geht, sondern dass man halt ein bisschen mehr um die Ecke denken muss und es manchmal nicht so geht, wie es dann dort geht. #43:09#</p>
16.	<p><i>I: Abschließend noch – mir ist im Rahmen meiner Recherche natürlich aufgefallen, dass das Destinationsmanagement sehr eng mit der Politik verbunden ist, dass einfach vieles daran hängt. Daher gibt es ja auch viele Maßnahmen gegen Overtourism auf politischer Ebene. In meiner Arbeit gehe ich aber auch auf Maßnahmen auf weiteren Ebenen ein, nämlich die soziokulturelle, die ökologische, die ökonomische und die technologische. Haben Sie hierzu noch Ideen für Maßnahmen oder Handlungsempfehlungen? #43:42#</i></p> <p>B: Ja, das war eben auch angesprochen – die Steuerung des Bus- und Reiseverkehrs innerhalb der Stadt. Da ist definitiv, brauchen wir ein Reisebuskonzept. Das hat einfach damit zu tun, dass es bisher nicht reguliert ist, besser gesagt gesteuert anstatt reguliert, wo Reisebusse halten und auch warten können. Das muss geändert werden, das ist halt auch letzten Endes ein Verkehrs- aber auch ein ökologisches Thema dadurch. Letzteres, was Ökologie angeht – Ausflugschiffe und Ausflugsdampfer brauchen Feinstaubfilter, das ist ein Problem, das ist eine riesige Belastung, die eigentlich gar nicht so im Fokus steht, aber da müssen wir ran gehen. Das passiert auch schon. Da gab's freiwillige Maßnahmen, die haben nicht funktioniert und jetzt wird entsprechend geprüft, was da halt als Auflage oder Verordnung kommen kann. Das gleiche gilt natürlich auch für den Flugverkehr. Das ist wiederum aber</p>

jetzt nicht die Stadt Berlin, die das dann regulieren kann, dass es dort zum Beispiel eine Kerosinsteuer gibt oder ähnliches, also dass Flug und Bahn gleich besteuert werden und nicht die Bahn so krass im Nachteil steht in der Besteuerung, wie es bisher ist. Dann soziokulturell war noch die Frage – wie erhalten wir authentische Kiezstrukturen. Authentisch dahingehend, dass sie jetzt nur bestimmt werden, wer hat das größte Geld und kann die Miete noch bezahlen, sondern halt auch so, dass es den Menschen vor Ort auch was bringt. Sprich, ich brauchen Kita-Platz, also muss es eine Kita geben und ich muss auch irgendwo einen Drogeriemarkt haben und muss dafür nicht zwei U-Bahnstationen fahren müssen und ähnliche Sachen. Das ist etwas, wo wir ein anderes Gewerbemietrecht benötigen, ist leider auch die Bundesebene, weil wir einfach gerade erleben, dass ganz viele Läden gekündigt werden, weil höhere Mieten erzielt werden sollen. Ich hab erst vor zwei Tagen mit nem Kinderladen gesprochen, dem das so ging, die konnten zum Glück gerettet werden, aber es waren, glaub ich, über 20 Kinderläden im letzten Jahr, die durch Mieterhöhungen und Kündigungen raus mussten. Und dann stehen halt Eltern und Kinder quasi vorm Nichts, weil, es gibt keinen Raum mehr, den sie bezahlen können. Und jetzt technologisch – ich glaube, da wird es interessant, zwei Dinge glaube ich. Einerseits bietet das die Möglichkeit, ein bisschen mal genauer hin zu gucken, wie sich Touristenströme bewegen. Da fehlt ja momentan für Berlin auch ne wirklich aussagekräftige Analyse – die kommt, die ist in der Erstellung, die ist auch Teil des Tourismuskonzepts. Die wird unter anderem auch auf solche Daten dann wie Mobilfunkdaten zurückgreifen. Das andere ist, dass viel mehr, glaube ich, in den Fokus gerückt werden muss, wie man auch mit den ganzen mobilen Apps und so weiter agieren muss, um gewisse Phänomene vielleicht abzumildern. Also ein Beispiel, ich glaube, das bringt auch visitBerlin hin und wieder, aber es ist richtig, ist: Wenn ich von einem U-Bahnhof, das Beispiel ist aus Friedrichshain, zum RAW-Gelände gehe und nicht von dort bin, dann gebe ich das bei

	<p>Google ein. Und Google Maps zeigt dann einen Weg durch eine sehr ruhige Wohnstraße. Der Umweg durch die Simon-Dach-Straße, was gar kein wirklicher Umweg wäre, die halt aber eh belebt ist, wird nicht genommen. Das bedeutet, dass ich durch viele Besucherströme wiederum eine andere Straße mitbelaste. Und dann wiederum natürlich die Leute sich ein Wegbier oder ähnliches holen, da hab ich auch nichts dagegen. Nur, dass man halt als Beispiel mal überlegen müsste, ok, wie kriegt man vielleicht das da auch hin, dass gerade nachts darauf hingewiesen wird in Karten, was weiß ich, „Wohngebiet“ oder „Bitte Ruhe“ oder „um die Ecke laufen“, ohne dass es ein riesen Umweg ist und nicht so wirklich auch als Umweg erscheint auf der Karte. Also solche Sachen muss man vielleicht auch mal denken. Ich glaub, da stehen wir noch mehr als am Anfang, ich glaub, da passiert noch gar nichts. Aber auch gleichzeitig, wie es vielleicht gelingen kann, auch dann über Blogs und andere Seiten ein bisschen darauf hinzuweisen, auf die Lage, dass da einfach Menschen wohnen, ich glaube, das ist manchen auch nicht bewusst. Weil es vielleicht bei ihnen anders ist, wenn da so viele Kneipen sind, dass es dann auch nicht mehr so richtig zu Wohnzwecken genutzt wird. Prag oder ähnliche Städte haben da ja auch Schwerpunkte daraufgelegt, warum das dann so ist. Das würde mir jetzt so spontan einfallen zu den Punkten. Ich hab sicherlich was vergessen, aber, ja. #49:04#</p>
17.	<p><i>I: Also ich bin soweit mit meinen Fragen jetzt durch. Gibt es etwas, das Sie im Zusammenhang mit dem Thema noch ansprechen möchten – irgendwas, was ich jetzt vielleicht total vergessen habe, Ihnen aber wichtig erscheint? #49:15#</i></p>
	<p>B: Ich glaube, eine Sache ist wichtig. Es wird gerne mal gesagt, dass in Berlin – gerade jetzt in Mitte, Friedrichshain oder in Kreuzberg, wo es so große Ablehnung gegenüber halt Tourismus gibt, in diesen Umfragen von visitBerlin – dass die Leute was gegen die Touristen an sich hätten. Ich glaube, das macht es viel zu einfach und wird halt gerne so genutzt, um den Leuten dann im nächsten Schluss auch noch</p>

irgendwie eine Fremdenfeindlichkeit oder ähnliches zu unterstellen. Das ist nicht das Ding. Sondern die Leute sind einfach davon genervt, dass sich ihr Kiez so verändert, dass sie selber keinen Einfluss mehr darauf haben. Die Berliner haben auch nichts, meiner Meinung nach, gegen Veränderung, sondern es geht darum, wer die Veränderung bestimmen kann. Und das überschneidet sich mit anderen Phänomenen, nämlich halt insbesondere Gentrifizierung und steigende Mieten und Verdrängung dadurch. Und ich glaube, das ist aber wichtig. Weil, die Leute haben nichts gegen die Menschen, die nach Berlin kommen, um sich Berlin anzugucken – so ist meine Wahrnehmung. Klar werden das ein paar haben, das gibt's immer. Aber in der Masse haben selbst die Leute, die sich davon gestört fühlen, nichts gegen die Touristen an sich. Sie wollen diese Auswirkungen nicht. Und darum muss man sich halt kümmern. Und dazu zählt, und das war glaube ich auch noch nicht so vorhin Thema, auch die Infrastruktur vor Ort, also öffentliche Toiletten, ganz platt gesagt, und mehr Mülleimer und häufige Straßenreinigung, was nicht zu Kosten der Anwohner gehen darf, also preislich einfach auch nicht, wird auch gerade geändert. Und es wird auch mehr öffentliche, kostenfreie Toiletten geben. Also solche Sachen muss man auch machen. Man muss da glaube ich nämlich mehrgleisig fahren. Also nicht nur Steuern zum Beispiel, wo keine Hotels mehr sein sollten, sondern halt auch gucken, wie kriegen wir die Hotspots wieder in den Griff, sodass es weniger Nutzungskonflikte gibt. Das, glaube ich, ist auch noch ein wichtiger Punkt. Und, wie man auch die Menschen dann mitnimmt und deswegen, ein letzter Satz noch, ist dieser BürgerInnenbeirat, der im Tourismuskonzept steht, eine sehr wichtige Sache, weil der nämlich genau das machen soll. Die Einbindung der Anwohner in dieses Tourismusthema, was bisher nicht stattgefunden hat, was ein großer Fehler ist. Und das wird geändert. Und das ist auch sehr, sehr wichtig, weil es auch dadurch, dass einerseits Probleme vorher erkannt werden und andererseits die Menschen sich wieder

	mehr mitgenommen fühlen und vielleicht auch mit anderen Ansätzen nochmal rein kommen, die man vorher nicht auf dem Schirm hatte.
--	--

#51:53#

Programm fvw Destination Germany Day 2019

fvw
**DESTINATION
GERMANY DAY
2019**

15. Januar 2019
Messe Stuttgart

Jetzt anmelden!
B2B-Fachtagung für
den Deutschland-
Tourismus

**NEUE
ROLLEN,
NEUE
MÄRKTE.**

www.fvw.de/destinationgermanyday

DESTINATIONSPARTNER
WIR SIND SÜDEN.
BAYERN WÜRTTEMBERG

Region Stuttgart

SILBERPARTNER
deutschlandLiebe

PARTNER
sleeperoo
Die Nacht, der Ort und Du.

IN KOOPERATION MIT
CMT
für Unternehmen

fvw
WISSEN.
ENTSCHEIDEN.
BESSER SEIN.

fvw DESTINATION GERMANY DAY 2019



DAS PROGRAMM

09.30 Begrüßung & Moderation
Sabine Pracht, Chefredakteurin fvw



SESSION: Rollenwechsel – Steuerung statt Wachstum

09.45 **Keynote:** Stadtverträglicher und nachhaltiger Tourismus. Chancen und Herausforderungen für DMO
Burkhard Kleker, Geschäftsführer, Visit Berlin



10.05 Die Bürger bei der regionalen Tourismusentwicklung richtig einbinden – am Beispiel Schleswig-Holstein



Frank Behrens, Projektleiter Hotel & Tourismus/Ansiedlungsberater Hotelprojekte, WT.SH Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein

10.20 Kreative Produktgestaltungsprozesse mit Gästen und Einheimischen – am Beispiel Nordmeys



Wilhelm Loth, Geschäftsführer, Staatsbad Nordmeys

10.35 *Coffee Break & Networking*

11.00 Subkultur touristisch stärken, ohne den Reiz des Besonderen zu zerstören – am Beispiel des Projekts #urbanana in NRW



Dr. Helke Döhl-König, Geschäftsführerin, Tourismus NRW

11.15 Wird die DMO zum reinen Steuerungsorgan?
Publikumsdiskussion

12.30 *Lunch Break & Networking*

13.30 Studie zu Top-Quellmärkten: Incoming hat noch viel Potenzial – so bewerten Niederländer, Schweizer und Österreicher deutsche Destinationen
Ralf Trimborn, Geschäftsführer, Inspektour



13.45 Destination Brand Award 2018



14.05 *Coffee Break & Networking*

SESSION: Geschäftsgrundlage – neue Märkte erschließen

14.30 Gewusst wie: Die Destination ... als Shopping-Ziel
Armin Delnitz, Geschäftsführer, Stuttgart-Marketing



14.45 Gewusst wie: Die Destination ... als Kulturreiseziel
Thomas Feda, Geschäftsführer, Tourismus + Congress Frankfurt



15.00 Gewusst wie: Die Destination ... als Familienziel
Bernhard Joachim, Geschäftsführer, Allgäu



15.15 Gewusst wie: Die Destination ... als ... Thema und Referent folgen

15.30 **Keynote:** Die Zukunft im Vertrieb: Wie die DMO im hart umkämpften Online-Markt lokalen Content monetarisieren kann



Christoph Kruse, Geschäftsführer, BookingKit

16.00 Zusammenfassung des Tages

16.30 Networking am Messestand von Baden-Württemberg Tourismus Halle 6 B71.2

Anmeldung unter:
www.fvw.de/destinationgermanyday

Stand KW 50/2018, Änderungen vorbehalten

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Silvana Wrusch, erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus fremden Quellen (einschließlich elektronischer Quellen und dem Internet) direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind ausnahmslos als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher weder im Inland noch im Ausland in gleicher oder ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht physisch oder elektronisch veröffentlicht.

Stuttgart, 22.01.2019

Silvana Wrusch