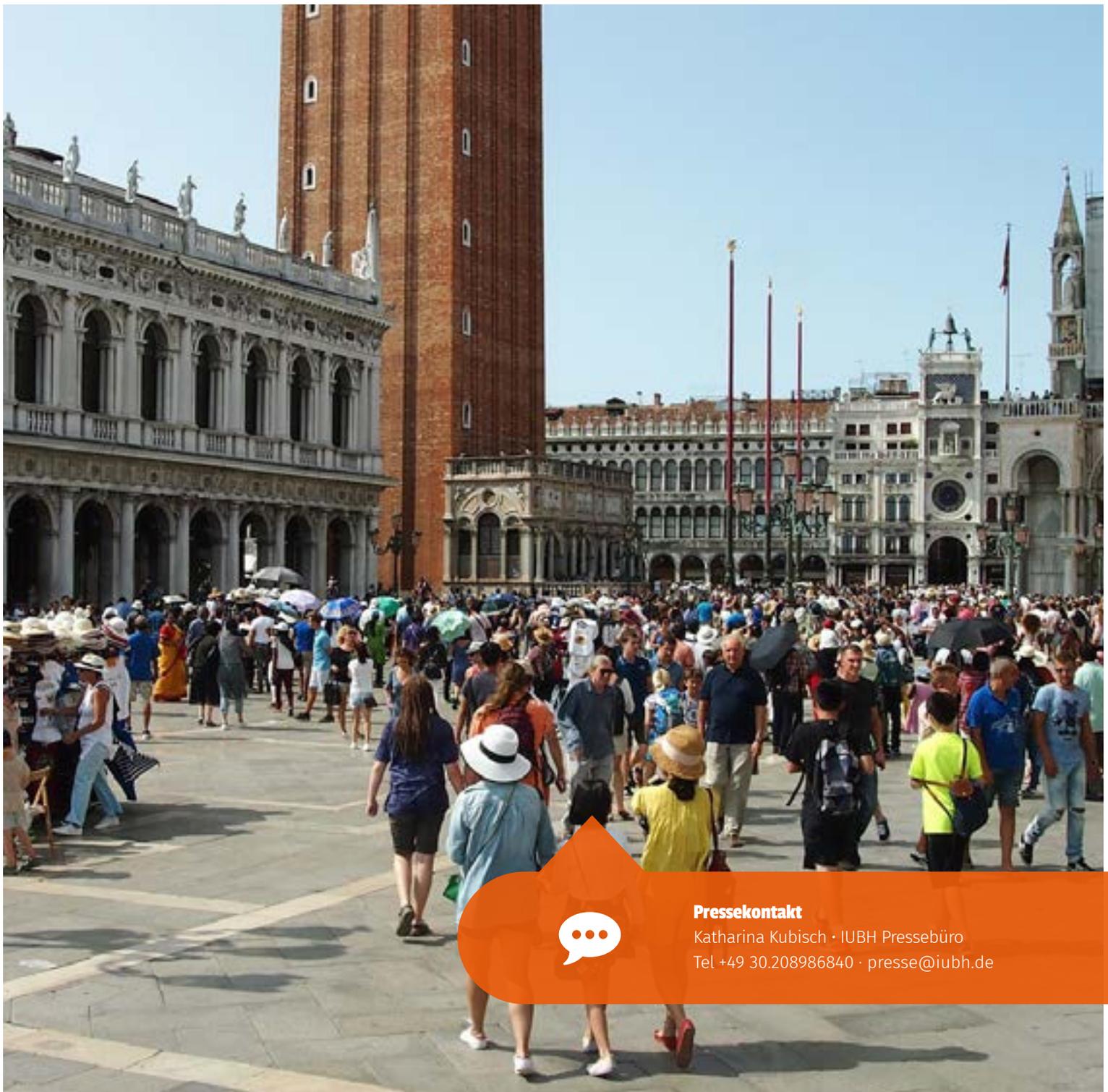


IUBH Touristik-Radar 2019

OVERTOURISM



Pressekontakt

Katharina Kubisch · IUBH Pressebüro
Tel +49 30.208986840 · presse@iubh.de

Inhalt

Neue IUBH-Studie: Wie Urlauber auf Overtourism reagieren

Pressemitteilung

Daten und Fakten zu Overtourism

Die Ergebnisse der IUBH-Studie im Detail

Hintergrundinformation

Über die IUBH

IUBH Internationale Hochschule

Studienleitung

Prof. Dr. Claudia Möller



Wie Urlauber auf Overtourism reagieren

- IUBH untersucht erstmalig Konsequenzen von Reisenden bei überlaufenen Urlaubsorten
- Mehrheit würde trotz Overtourism Urlaubsort bereisen
- Generationen Y und Z schrecken weniger vor Overtourism zurück als ältere

Die Urlaubszeit steht vor der Tür, doch nicht alle freuen sich darauf: Immer mehr Urlaubsorte beklagen die Touristenmassen, die gerade in der Hauptsaison beliebte Orte überfluten. Das Phänomen „Overtourism“ wird aktuell heiß diskutiert – die IUBH Internationale Hochschule hat nun erstmalig die Sicht der Touristen, nicht die der Urlaubsorte, auf Overtourism untersucht.* Die Studie zeigt, wie Urlauber überlaufene Orte wahrnehmen und welche Auswirkungen das Wissen um Overtourism auf ihr Reiseverhalten hat.

Billigflieger und soziale Medien sind Mitverursacher von Overtourism

Die Welt ist reiselustiger geworden – und das Reisen hat sich verändert: Der wachsende Kreuzfahrttourismus und der große Markt an Billigfliegern sorgen dafür, dass immer mehr Menschen – meist für kurze Zeit – an bestimmten Orten Urlaub machen. Dazu kommt, dass viele Länder von politischen Konflikten betroffen sind, sodass Touristen deshalb oft kurzfristig auf andere Orte ausweichen. Und zusätzlich befeuern die sozialen Medien das Phänomen, denn dank ihrer Reichweite werden beispielsweise über ein Bild auf Instagram manchmal kleine Orte ohne vorhandene touristische Infrastruktur sehr schnell sehr bekannt. Die Folge: Viele Urlaubsorte haben vermehrt mit Überfüllung, steigenden Lebenshaltungskosten, Umweltproblemen und der Touristifizierung ganzer Stadtviertel zu kämpfen.

Die Befragten kennen das Problem – viele würden dennoch reisen

Dass das Thema bei Reiseinteressierten angekommen ist, zeigen die aktuellen Studienergebnisse der IUBH: Zwei von drei Befragten kennen die Problematik Overtourism – sie verbinden damit vor allem folgende Orte: Venedig, Barcelona, Paris, Rom, Amsterdam. Von einer Reise in die betroffenen Urlaubsorte würde sich die Mehrheit (53%) dennoch nicht abhalten lassen. Der Grund? „Viele der Studienteilnehmer interpretieren die Popularität einer Destination als ein ‚Must see‘,“ so Prof. Dr. Claudia Möller, Studiengangleiterin International Tourism Management an der IUBH. „Also als Beweis dafür, dass man diesen Ort einfach einmal gesehen haben muss.“ Als weitere Gründe für einen Besuch nannten die Befragten die vielen und speziellen Attraktionen vor Ort, Kultur, Geschichte sowie kostengünstiges Reisen. Viele Befragte würden die betroffenen Orte aber lieber in der Nebensaison besuchen oder etwas außerhalb wohnen.

Massenabfertigung statt individueller Service

Doch nicht jeder möchte dem Overtourism zusätzlich Nahrung geben: Ein Drittel aller Befragten würde eine Reise an überfüllte Urlaubsorte lieber vermeiden (30%) bzw. sogar klar ablehnen (5%). Denn die Faktoren, die den meisten Befragten in ihrem Urlaub wichtig sind – authentische Atmosphäre (95%), andere Kulturen (93%), Sehenswürdigkeiten oder Museen (91%) erleben – sehen sie durch die Überfüllung gefährdet. Aus der Sicht der Besucher lauten

die wichtigsten Auswirkungen von Overtourism Verlust von Authentizität, Stress und beeinträchtigter Urlaubsgenuss, erhöhte Preise sowie Lärm und Umweltbelastungen. „Viele der Befragten befürchten das Gefühl der Massenabfertigung, das im Gegensatz zu einem gewünschten individuellen Service und Urlaub steht,“ so Möller.

Die Generationen reagieren unterschiedlich

Ob Mann oder Frau, macht bei der Entscheidung für oder gegen einen für seine Überfüllung bekannten Urlaubsort keinen Unterschied – wohl aber das Alter: Bei der Gruppe „15-24 Jahre“ ist es signifikant wahrscheinlicher, dass sie auch die für Overtourism bekannten Orte aufsuchen als bei der Gruppe ab 35 Jahre. „Hierbei spielt vermutlich der Geldbeutel eine Rolle,“ so Möller. „Jüngere Reisende buchen häufiger Billigflüge oder günstige Kreuzfahrten, die dann genau die typischen überfüllten Urlaubsorte ansteuern. Wer dagegen etwas mehr Geld im Urlaub ausgeben kann, entscheidet sich eher für Exklusivität statt Massentourismus.“ Und noch ein Grund kann sich Möller vorstellen: „Die Älteren waren vielleicht auch früher einfach schon mal da.“

* Die Studie beruht auf den Antworten eines Online-Fragebogens von 384 Personen aus März 2019 (Geschlechterverteilung: 27% männlich, 73% weiblich; Altersverteilung: 41% 15-24 Jahre, 29% 25-34 Jahre, 30% über 35 Jahre)

Daten & Fakten zu Overtourism

- Hintergrundinformation I

Um was geht es bei Overtourism?

„Overtourism“ meint, dass „zu viele“ Touristen an einem Urlaubsort sind. Dadurch werden die Einheimischen in ihrem Alltag beeinträchtigt, aber es leidet auch das Urlaubserlebnis der Besucher. Wie viele genau „zu viel“ sind, ist einerseits subjektiv, andererseits ist es sehr schwer in Zahlen zu fassen, da der Zeitraum (z. B. Wochenende oder unter der Woche) oder auch der betroffene Raum (wo genau halten sich die Touristen auf) schwer zu definieren sind.

Mögliche Ursachen

- Es werden zunehmend kleine Orte „entdeckt“, oft durch soziale Medien gepusht, die kaum Infrastruktur haben (In Großstädten sind die Auswirkungen der selben Zahl Touristen viel geringer, ein paar 1000 Touristen in Rom fallen nicht auf, in einem kleinen Dorf ist das dramatisch).
- Veränderungen im Reiseverhalten, es ist zunehmend das Ziel der Reisenden, möglichst in das Alltagsleben der Einheimischen einzutauchen, z. B. dort einzukaufen wo die Einheimischen einkaufen. Diese empfinden das oft als Invasion in bisher nicht vom Tourismus betroffene Rückzugsgebiete. Durch z. B. AirBnB wird diese Entwicklung verstärkt: Touristen mieten Wohnungen in Wohngebieten der Einheimischen, diese fühlen sich unwohl da sie z. B. nie wissen wer gerade neben ihnen wohnt, oder werden durch Partylärm der Urlauber gestört.
- Tagestouristen, die in großer Zahl nur einen Tag im Ort verbringen. Damit ist der Ertrag mit diesen Leuten gering, sie geben im Vergleich zu Übernachtungsgästen erheblich weniger Geld aus, nutzen aber die Ressourcen bzw. erhöhen die Besucherzahl an den touristischen Attraktionen erheblich. Verschärft wird diese Entwicklung durch den Kreuzfahrt-Boom, denn wenn ein Schiff (oder gar mehrere) im Hafen anlegen, sind das sehr viele Tagestouristen (Üblicherweise findet Tagestourismus in der Region statt, man besucht Ziele die in max. einigen Stunden Autofahrt erreichbar sind, und damit sind die Tagestouristen nicht so sehr unterschiedlich von den Einheimischen, bei Kreuzfahrten sehr wohl).
- Boom der Low Cost Carrier, z. B. Barcelona das durch LCC für einen Bruchteil des früheren Flugpreises erreichbar ist und entsprechende Touristenzuwächse verzeichnet hat.

Probleme durch Overtourism

- „Touristifizierung“, Stadtteile verändern sich, z. B. werden Läden und Restaurants die sich früher an Einheimische richteten, durch Touristeneinrichtungen ersetzt (z. B. billige Souvenirläden), durch z. B. AirBnB verändern sich Wohngebiete, Mieten steigen und werden für die Einheimischen z. T. nicht mehr bezahlbar, so dass diese weg ziehen (müssen).
- Verhalten der Touristen: Lärm, Müll, Unsicherheit (man weiss nicht wer gerade neben einem wohnt, keine konstanten Nachbarn mehr), Lebensstile der arbeitenden Einheimischen und der urlaubenden Besucher passen nicht zusammen (z. B. Partylärm)
- Überfüllung: Bewegungsräume der Touristen und Einheimischen überschneiden sich, das führt zu Überfüllung (wenn die Touristen an den touristischen Hotspots mit der entsprechenden Infrastruktur bleiben, tritt das weniger auf).
- Kultur und Infrastruktur: Bewahren vs. Geld damit verdienen
- Umwelt: Verkehr, Luftverschmutzung (auch hier: Kreuzfahrtschiffe, bei den meisten muss den ganzen Tag die Maschine laufen um Strom für das Schiff zu erzeugen, da nur wenige Häfen „Steckdosen“ für die Schiffe haben), Müll etc.
- Einkommen und Beschäftigung: Jobmöglichkeiten verändern sich, Jobs im Tourismus oft saisonal oder auch geringer qualifiziert, Einkommen durch Vermietung via AirBnB & Co., Märkte verändern sich.

Ansätze zur Kontrolle von Overtourism

- Kooperationen aller Beteiligten
- „Tourismusgesinnung“: Kommunikation der Vorteile des Tourismus für die Region, um Verständnis bei den Einheimischen werben
- Kontrolle von AirBnB & Co: vermietbare Tage begrenzen, registrieren und damit legalisieren (so dass z. B. auch Steuern auf die Gewinne bezahlt werden müssen), Strafen bei Nichteinhaltung
- Technologische Entwicklungen um z. B. Besucherströme besser zu managen
- Besucherzahlen z. B. durch Eintrittsgebühren begrenzen
- „Enforcement Agents“, die Einheimische rufen können, wenn sie sich gestört fühlen z. B. durch nächtliche Partys oder Betrunkene

Allgemeine Ergebnisse der IUBH-Befragung*

- Hintergrundinformation II

Wie bekannt ist Overtourism und welche Orte sind vor allem betroffen?

- 65% haben von „Overtourism“ gehört.
- Als betroffene Städte wurden vor allem genannt: Venedig (19% aller Nennungen), Barcelona (15%), Paris (11%), Rom (11%), Amsterdam (10%), Budapest (2%) und Wien (1%). Außerdem wurden Palma de Mallorca bzw. Mallorca im Allgemeinen genannt.

Die zehn wichtigsten Auswirkungen von Overtourism aus Sicht der Besucher:

- Respektloses Verhalten der Touristen
- Beschädigte Kulturstätten und Bauten
- Ärgernis Schlangestehen
- Beeinträchtigt Urlaubserleben und Urlaubsgenuss durch Mengen
- Stress durch Menschenmengen
- Viele traditionelle Läden und Restaurants verschwinden
- Erhöhte Preise
- Keine authentische Erfahrung beim Besuch von Attraktionen
- Verlust an Einzigartigkeit und Charakter
- Mehr Touristen als Einheimische

Was suchen Reisende in ihrem Urlaub?

- Authentische Atmosphäre der Stadt erleben (95%)
- Andere Kulturen entdecken, etwas Neues lernen und sehen (93%)
- Sehenswürdigkeiten oder Museen besuchen (91%)
- Lokale Restaurants, Cafés und Nachtleben entdecken (90%)
- Weniger wichtig sind: „Einheimische treffen und mit ihnen sprechen“, „Festival oder Event besuchen“ und „Freunde oder Verwandte besuchen“

Welche Gründe hat Overtourism bzw. aus was besteht Overtourism aus Sicht der Urlauber?

1. Internationalisierte und touristenorientierte Städte

Hierbei gehen aus Sicht der Befragten die Einmaligkeit und der ursprüngliche Charakter verloren, man fühlt sich durch viele internationale Restaurantketten und globale Marken beeinträchtigt. Man versucht die internationalen Restaurants zu vermeiden, in denen die traditionellen Gerichte an die Touristen angepasst werden. Die Reisenden sind durch die vielen Touristenläden und Souvenirshops genervt, ebenso von Schildern in vielen Sprachen und Reisegruppen (wie Busgruppen oder Stadtführungen). Große und anonyme Hotelkomplexe beherrschen das Bild, es sind mehr Touristen als Einheimische zu finden und der Kontakt zu den Einheimischen wird sehr erschwert.

2. Physische und zeitliche Einschränkungen durch die hohe Zahl an Nutzern

Dies meint Beeinträchtigungen durch lange Warteschlangen für Attraktionen und Restaurants, man hat das Gefühl, dass die Spontaneität des Urlaubs durch die Warterei verloren geht und man wertvolle Urlaubszeit dadurch verliert. Hinzu kommt, dass es erschwert wird, sich in der Destination zu bewegen, da z. B. öffentliche Transportmittel überfüllt sind und man sich durch den starken Verkehr gestört fühlt. Dass Überfüllung auch in der Nebensaison auftritt, wenn man sie eigentlich nicht erwartet, trägt ebenfalls dazu bei.

3. Authentizität und lokaler Charakter werden vermindert oder gehen verloren

Dazu gehören, dass lokale und traditionelle Läden und Restaurants aus der Destination verschwinden, dass man keine authentische Erfahrung hat beim Besuch von Attraktionen, weil diese zu überfüllt sind und die Frustration, dass Kulturstätten und Bauten durch die Mengen geschädigt werden. Außerdem fühlt man sich durch das unangebrachte und respektlose Verhalten anderer Touristen gestört,



auch wenn man andererseits das Zusammentreffen mit internationalen Touristen aus anderen Ländern auch positiv empfindet.

4. Emotionale und persönliche Störung durch die Menschenmassen

Hierbei fühlen sich die Befragten durch überfüllte Plätze und Orte gestört und in ihrem Urlaubserleben beeinträchtigt. Für viele bedeuten die Touristenmassen Stress, und sie fühlen sich in ihrem Erkunden und ihrem Freiraum erheblich eingeschränkt.

5. Störungen des weiteren Umfelds

Hierzu gehören Bedenken wegen einer erhöhten Kriminalität, der Umweltbelastung durch z. B. Müll und Luftverschmutzung, aber auch Frustration durch hohe „Touristenpreise“.

* Die Studie der IUBH beruht auf den Antworten eines Online-Fragebogens von 384 Personen aus März 2019 (Geschlechterverteilung: 27% männlich, 73% weiblich; Altersverteilung: 41% 15-24 Jahre, 29% 25-34 Jahre, 30% über 35 Jahre)



IUBH Internationale Hochschule **ÜBER DIE IUBH**

www.iubh-university.de

Praxisnähe, internationale Ausrichtung oder maximale Flexibilität: Die IUBH Internationale Hochschule bereitet über 20.000 Studierende mit ihren unterschiedlichen Studienmodellen auf den globalen Arbeitsmarkt vor. Sie versammelt unter ihrem Dach vier voneinander unabhängige Hochschulbereiche: die **IUBH Campus Studies** mit internationaler Managementausrichtung, das **IUBH Fernstudium**, das **IUBH Berufsbegleitende Studium** und die **IUBH Duales Studium**. Das Campusstudium beinhaltet englischsprachige Bachelor- und Masterstudiengänge mit klarem Branchenfokus. Die flexiblen Fern- und berufsbegleitenden Studiengänge der IUBH bieten ein breites Spektrum an Onlineprogrammen von Marketing über Soziale Arbeit bis Wirtschaftsrecht. Das duale Studium der IUBH umfasst Bachelor- und Masterstudiengänge mit regelmäßigem Wechsel zwischen Theorie und Praxis.

Die IUBH bietet den Studierenden ein Netzwerk von renommierten Praxispartnern in die Wirtschaft: über 3.000 Unternehmen haben bereits erfolgreich mit der IUBH kooperiert, darunter die ZURICH Versicherungen oder Motel One. Die IUBH, die 1998 gegründet wurde, ist inzwischen in 16 Städten in Deutschland, Österreich und Irland vertreten: Bad Honnef, Bad Reichenhall, Berlin, Bremen, Dortmund, Dublin, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Killarney, Mannheim, München, Nürnberg und Wien.

Die Forschungsreihe Touristik Radar der IUBH widmet sich regelmäßig Forschungsthemen aus den Bereichen Tourismus, Hospitality und Event. Die letzten Untersuchungen befassten sich mit „Leisure Sickness“, „Medizintourismus“ sowie „Sicherheit und Haftung für Konsumenten bei der Reisewahl“.



Kontakt

IUBH Internationale Hochschule · Katharina Kubisch
Tel +49 30.208986840 · presse@iubh.de

Die Studienleiterin

Prof. Dr. Claudia Möller

Studiengangleitung Tourism Management & International Tourism Management

Claudia Möller studierte nach einer Ausbildung im Reisebüro Tourismuswirtschaft an der Hochschule Heilbronn. Von 2002 bis 2008 lehrte und forschte sie an der Universität Innsbruck, wo sie 2008 promovierte, und an der UMIT – health & life sciences university in Hall/Tirol.

Gleichzeitig war sie selbständige Beraterin im Bereich Destinationsentwicklung, Kundenzufriedenheit und Standortentscheidungen und Gesundheitstourismus.

Seit 2008 ist sie Professorin für Tourismusmanagement an der IUBH Internationalen Hochschule am Campus in Bad Honnef.

www.iubh-campusstudies.de/moeller

