

# Inhalt

Vorwort .....	9
An wen richtet sich dieses Buch .....	11
1 Der „Aufstand der Bereisten“ .....	13
1.1 Tourismus als wachstumsverwöhntes Wirtschaftssegment	14
1.2 Das Umkippen der Stimmung in den touristischen Destinationen .....	19
1.3 Overtourism als soziales Konstrukt der Gesellschaft .....	24
1.4 Diskussion: Overtourism jenseits von europäischen Städten .....	37
1.4.1 Back to the Roots: Overtourism im ländlichen Raum .....	37
1.4.2 Erweiterung der Eurozentrischen Debatte: Overtourism im Globalen Süden .....	41
2 Wachstumsdynamik im Städtetourismus und deren Treiber .....	47
2.1 Die quantitative Zunahme des Städtetourismus .....	47
2.2 Der New Urban Tourism als Treiber für die Overtourism-Diskussion .....	50
2.3 Sharing Economy und Overtourism .....	54
3 Direkte und indirekte negative Effekte intensiver touristischer Nachfrage .....	61
3.1 Physische Tragfähigkeitsgrenze durch Crowding .....	61
3.2 Direkte negative Effekte durch Tourist:innen .....	64
3.3 Indirekte Effekte durch die Tourismuswirtschaft .....	65
3.4 Befunde zur Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in München vor der COVID-19-Pandemie .....	70
3.5 Befunde zur Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in München nach der COVID-19-Pandemie ...	73

4	Wann wird aus ‚Gerade noch recht‘ ein ‚Zuviel‘? . . . . .	79
4.1	Tourismusintensität als Indikator . . . . .	80
4.2	Weitere quantitative, objektiv messbare Indikatoren . . . . .	89
4.2.1	Die McKinsey-Studie für die WTTC . . . . .	89
4.2.2	Roland Berger: „Protecting your city from overtourism“ . . . . .	98
4.2.3	Grenzen von objektiven Indikatoren . . . . .	101
4.3	Wahrnehmung negativer Auswirkungen . . . . .	106
4.3.1	Betroffenheit als relevante Größe . . . . .	107
4.3.2	Einfluss der Gästestruktur . . . . .	123
4.3.3	Gewöhnungseffekte und Erwartungshaltungen . . . . .	134
4.3.4	Irritation und Entfremdung . . . . .	135
4.4	Vulnerabilität und Resilienz . . . . .	142
4.4.1	Coping-Strategien und Optionen . . . . .	143
4.4.2	Weitere Resilienz begünstigende Faktoren . . . . .	153
4.4.3	Zwischenfazit: München und die „Biergarten-Toleranz“ . . . . .	158
4.4.4	Rahmenbedingungen der Befindlichkeit einer Stadtgesellschaft . . . . .	164
5	Managementansätze zum Umgang mit Overtourism . . . . .	173
5.1	Traditionelle Ansätze zum Umgang mit intensiver touristischer Nachfrage . . . . .	173
5.2	Vorschläge für Overtourism-Managementansätze . . . . .	175
5.2.1	Vorschläge für Managementansätze der McKinsey-Studie für die WTTC . . . . .	175
5.2.2	Vorschläge für Managementansätze der TRAN-Studie für das Europäische Parlament . . . . .	176
5.2.3	Vorschläge für Managementansätze der Roland Berger-Studie . . . . .	178
5.3	UN Tourism Managementansätze . . . . .	182
5.3.1	Räumliche Entzerrung . . . . .	183
5.3.2	Zeitliche Entzerrung . . . . .	188
5.3.3	Ergänzende Angebote . . . . .	191
5.3.4	Anpassung der Regulierungen . . . . .	192
5.3.5	Zielgruppensegmentierung . . . . .	197
5.3.6	Nutzenstiftung für lokale Gemeinschaft . . . . .	199
5.3.7	Erlebnisooptionen auch für Bewohner:innen schaffen . . . . .	201
5.3.8	Verbesserung der Infrastruktur . . . . .	202

5.3.9	Kommunikation mit und Einbindung von lokalen Stakeholdern . . . . .	203
5.3.10	Kommunikation mit und Einbindung von Besucher:innen	205
5.3.11	Monitoring . . . . .	210
5.4	Die UN-Tourism-Strategien vor dem Hintergrund des Vulnerabilitätsansatzes . . . . .	211
5.4.1	Reduzierung der Belastung ( <i>Exposure</i> ) . . . . .	211
5.4.2	Stärkung der Resilienz ( <i>Resilience</i> ) . . . . .	214
5.4.3	Reduzierung der Sensitivität ( <i>Sensitivity</i> ) . . . . .	215
5.4.4	Diskussion: Resilienzförderung urbaner Destinationen . . .	217
5.5	Futuristische Ansätze zum Umgang mit Overtourism . . .	220
5.5.1	Smarte Lösungsvorschläge . . . . .	220
5.5.2	Das Degrowth-Manifest . . . . .	231
5.5.3	PROsilienter und Regenerativer Tourismus: Luftschlösser oder neue Realität? . . . . .	239
6	Spannungsfeld Destination–Lebensraum . . . . .	247
6.1	Herausforderungen beim Ausbalancieren der Interessensunterschiede . . . . .	249
6.2	Vermarktbares Produkt versus belebter Raum . . . . .	251
6.3	Die Rolle der DMO: von Destinationsmarketing zu Lebensraummanagement . . . . .	255
6.3.1	Monitoring & Evaluation: Am Puls der Bewohner:innen bleiben . . . . .	258
6.3.2	Kommunikation: Förderung eines ganzheitlichen Community-Diskurses . . . . .	261
6.4	Proaktive Vermeidungsstrategien . . . . .	264
7	Governance-Ansätze als Antwort auf Overtourism . . . . .	267
7.1	Kollaborative und Partizipative Governance-Modelle . . .	268
7.2	Empowerment anstatt Partizipation der Bewohner:innen .	274
8	„The end of tourism as we know it“ – oder Impulse und Inspirationen für einen Wandel . . . . .	283
	Literatur . . . . .	287

Abbildungs- und Tabellenbelege ..... 325

    Abbildungen ..... 325

    Tabellen ..... 328

Register ..... 329