

Massentourismus ist ein Randphänomen in der Schweiz

Mit dem Schlagwort Overtourism sind die Schweizer schnell bei der Hand.

Dabei tragen sie mit ihrem Freizeitverhalten stark zu dem Phänomen bei.

Und Gruppengäste sind ohnehin nicht das Problem. Bedrohlich ist der Trend zum individuellen Reisen.

Feindbild Gruppentourist

Noch haben die Schweizer wenig Grund, über den Overtourism zu klagen



DANIEL IMWINKELRIED

An einem schönen Wochentag im Oktober strömen die Massen vom Bahnhof Luzern auf die Ausflugsschiffe am Seeufer. Die Mehrzahl der Reisenden sind reifere Semester aus der Schweiz, erkennbar an der hierzulande so beliebten Outdoor-Bekleidung. In der Stadt selbst herrscht dagegen vormittägliche Ruhe; nicht einmal auf dem Schwanenplatz drängen sich die Reisecars mit chinesischen Gruppen, wie das sonst so häufig der Fall ist. Und dabei gilt Luzern doch als die Schweizer Stadt, wo die Diskussion über den sogenannten Massentourismus so heftig geführt wird wie nirgendwo sonst im Land. Ärgern sich hier wieder einmal Schweizer über ein Phänomen, das höchstens punktuell auftritt und nicht beinahe flächendeckend wie in den Grossstädten Amsterdam und Lissabon?

Kein Preisschub

Luzern ist ein touristischer Magnet, was sich in den stetig steigenden Übernachtungszahlen spiegelt (vgl. Grafik). In der Zentralschweizer Metropole ist aber wie anderswo in der Schweiz umstritten, ob man deshalb bereits von «Overtourism» sprechen kann. Was darunter zu verstehen ist und was Städte dagegen unternehmen können, ist ohnehin ungeklärt. Die Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) definiert Overtourism als ein Phänomen, das einen Ort derart in Mitleidenschaft zieht, dass die Lebensqualität der Einheimischen stark beeinträchtigt

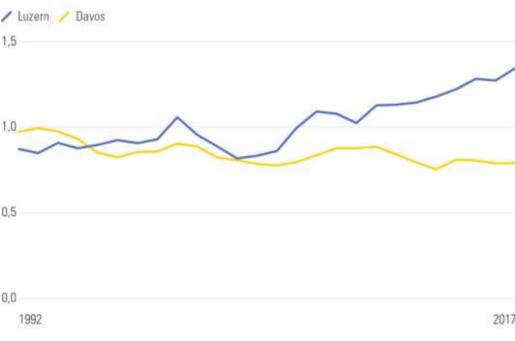


wird. Was die einen allerdings als einen beengenden Menschauflauf empfinden, nehmen andere als belebende Betriebsamkeit wahr.

Da es sich bei Overtourism auch um eine ökonomische Erscheinung handelt, hilft es bis zu einem gewissen Grad, die Preisentwicklung als Gradmesser für das Phänomen beizuziehen, wie das auch die UNWTO macht. Dieser Massstab zeigt keine dramatische Entwicklung. In der Schweiz hat der Tourismus bisher nicht zu einem Preisauftrieb geführt – weder bei städtischen Immobilien noch bei Taxis

Overtourism, ein städtisches Phänomen

Logiernächte in Luzern und Davos (in Millionen)



QUELLE: TOURISMUSVEREINE

NZZ / im

oder Restaurants. Den Luzerner Hotels gelang es dank der guten Auslastung zwar, das Preisniveau anzuheben; in den Alpen dagegen mussten die Betriebe vielerorts wegen der rückläufigen Nachfrage Zugeständnisse machen. In vielen Destinationen im Wallis und in Graubünden kann von Overtourism schon gar keine Rede sein, zumal das Geschäftsmodell dieser Orte ganz auf den Fremdenverkehr ausgerichtet ist. Richtig Betrieb herrscht aber nur noch über Weihnachten und Neujahr sowie an einigen Wochenenden im Winter und im Sommer. Bereits im Frühherbst kehrt Ruhe ein, während sich so mancher Hotelier und Bergbahnmanager wünscht, es wäre anders. Der Ferienort Davos beispielsweise wies in den 1990er Jahren mehr Logiernächte auf als Luzern. Mittlerweile hat ihn Luzern jedoch überholt.

Tagesausflügler aus der Schweiz

Vieles deutet eben darauf hin, dass Overtourism hierzulande nach wie vor eher ein Spitzenlastproblem darstellt und sich auf wenige Orte konzentriert. In Luzern etwa wimmelt es in der Gegend um das Löwendenkmal und den Schwanenplatz von Touristen, wobei die Stosszeit zwischen 16 und 19 Uhr liegt. Nur wenige

Meter daneben haben die Einheimischen die Stadt jedoch für sich. Dort sorgen die vereinzeltel Touristen höchstens für etwas Internationalität, aber keineswegs für Gedränge.

Die Jungfraubahnen im Berner Oberland könnten an gewissen Tagen im Juli und August 7000 Personen transportieren, so lebhaft ist dann die Nachfrage. Man habe sich aus Qualitätsgründen entschieden, nicht mehr als 5250 Personen auf den Gipfel zu bringen, sagt der Firmenchef Urs Kessler. An diese Grenze stösst das Unternehmen an 25 bis 30 Tagen im Jahr.

Die Rigibahnen rechnen damit, dieses Jahr an rund 20 Tagen mehr als 5000 Personen zu transportieren. Der bisher lebhafteste Tag war ein Sonntag im September, als die Bahnen 8000 Personen beförderten. Tagesausflügler aus der Region tragen allerdings massgeblich zu diesem Spitzenwert bei. Jedenfalls waren an jenem Tag im September nur 3% der Reisenden Gruppengäste. Und laut Schätzungen sind in Luzern über 80% der Tagesgäste Einwohner der Schweiz.

Darin spiegelt sich eben auch das veränderte Freizeitverhalten der Einheimischen – es muss immer etwas laufen. Früher war das anders. Ende der 1940er Jahre untersuchte die britische Organisation «Mass Observation», wie die Engländer den Sonntag verbrachten: Man sass zu Hause, kochte mehrmals am Tag Tee, blätterte in den Sonntagszeitungen, telefonierte mit Verwandten, schob einen Braten in den Ofen, scheuchte den Hund in den Garten. Kaum jemand ging aber nach draussen, denn dort war schlicht nichts los. «Es war, als gäbe es keine öffentlichen Orte, Geschäfte und Unterhaltungsstätten», schreibt der Historiker Frank Trentmann im Buch «Herrschaft der Dinge». Heute ist das Freizeitangebot riesig, und die Menschen nutzen es rege. Und erlebnishungrig sind sowohl die Einheimischen als auch die Touristen. Diese sind aber verlässlich, etwa weil sie eine Ausflugsbahn auch dann nutzen, wenn das Wetter schlecht ist.

Trotzdem nehmen Touristiker die Situation und die Klagen zum «Übertourismus» ernst; sie wissen, dass die Stimmung in gewissen touristischen Zentren im Ausland gekippt ist und sich gegen den Sektor gewandt hat. «Früher haben die

Destinationen darum gekämpft, überhaupt als Reiseziel wahrgenommen zu werden», sagt der Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren. Offenbar stand das reine Wachstum im Vordergrund, zumal sich vor vierzig Jahren niemand vorstellen konnte, in welchem Tempo der globale Reiseverkehr expandieren würde (vgl. Grafik).

Heute versprechen die Touristiker, sie würden sich stattdessen um eine Steigerung der Qualität bemühen. Man will die Gäste dazu bewegen, länger an Ort zu verweilen und das kulturelle Angebot zu nutzen. Zudem strebt die Branche eine bessere saisonale Verteilung der Besucher an. Unter anderem deswegen haben die Jungfraubahnen in den beiden Sommermonaten Juli und August die Preise um 10% erhöht.

Unterschiedliche Interessen

Aber all die hehren Ziele umzusetzen, ist gar nicht so einfach, wie es auf den ersten Blick scheint. Die Jungfraubahnen wagen es beispielsweise nicht, noch stärker mit den Preisen zu variieren. Dafür sei das Geschäft zu umkämpft, sagt der Firmenchef Kessler. Ferner sind die Interessensätze im Tourismus gross: Die er-

folgreichen Bahnbetreiber (Jungfrau, Rigi, Gornergrat, Pilatus) sind auf ständigen touristischen Nachschub angewiesen und können daher gut mit Gästen leben, die rasch weiterreisen. Dasselbe gilt für Tourguides, die Reisende in Uhrenläden am Luzerner Schwanenplatz lotsen und dafür eine Kommission erhalten. Hotels wünschen sich dagegen mehr Müsiggänger, die längere Zeit bleiben und fleissig konsumieren. «Der Tourismus ist systemgetrieben», sagt Perren. Entsprechend schwierig ist es, etwas zu ändern. «Wir produzieren nicht wie eine Fabrik 365 Tage im Jahre, sondern haben Spitzen», sagt Kessler.

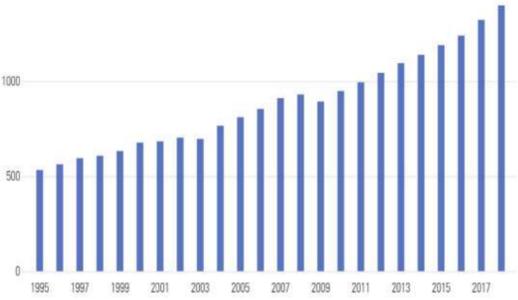
In der Tourismusbranche ist trotzdem viel vom «Crowd-Management» die Rede. Auch die UNWTO rät in ihren Berichten zu dieser Massnahme. Im Kleinen mag das zwar funktionieren, beispielsweise wenn die Uhrenhändler rund um den Luzerner Schwanenplatz Securitas-Kräfte finanzieren, um Carunfälle zu verhindern. Im Grossen ist Crowd-Management jedoch anspruchsvoll, was auch die UNWTO anerkennt. Diese Massnahme verlange eine intensive Zusammenarbeit der Stakeholder, schreibt die Tourismusorganisation in einem Papier. Crowd-Management sei deshalb im besten Fall ein langfristiges Projekt, weil die Stakeholder eben unterschiedliche Interessen hätten. Und die Gäste von den Hotspots wegzulocken und sie in weniger stark frequentierte Quartiere einer Stadt zu lenken, wie das in Amsterdam geschieht, birgt Konfliktpotenzial. Möglicherweise fühlen sich die Einheimischen in diesem Fall erst recht von den Touristen in die Enge getrieben.

Notgedrungen muss der Staat in einer solchen Situation als Moderator eingreifen. Luzern hat beispielsweise eine Arbeitsgruppe eingesetzt, um die Tourismus-Vision 2030 zu definieren. Die Bevölkerung soll mitreden, etwa wenn es um die Frage geht, welche Art Tourismus die Stadt verträgt.

Viele Luzerner stöhnen über die Reisecars, die sich jeweils am Nachmittag auf dem Schwanenplatz drängen. Vielleicht wird man in der Stadt und anderswo aber in einigen Jahren mit Wehmut an den vielgeschmähten Gruppentourismus zurückerdenken. Derzeit verzeichnen touristische Hotspots wie Luzern und das Berner Oberland eine starke Zunahme Individualreisender. Diese Gäste sind im Tourismussektor zwar beliebt, weil sie verhältnismässig viel Geld ausgeben und länger bleiben. Aber selbst dem Tourismusdirektor Perren graut es beim Gedanken, dass ein Grossteil dieser Gäste eines Tages mit dem Mietwagen durch Luzern kurven könnte. Dann verlöre man in den touristischen Hotspots vollends die Kontrolle über die Besucherströme.

Konstantes Wachstum

Touristische Ankünfte weltweit, in Mio.



2018 wuchs die Zahl der Ankünfte um 6%, das war die zweitgrösste Zunahme seit 2010.

QUELLE: UNWTO

NZZ / im