

**Overtourismus in Deutschland –  
Kritische Analyse der Situationsentwicklung  
und deren Auswirkungen unter  
Einbezug aktueller Trends  
- Zusammenfassung -**

**BACHELORARBEIT**

für die Prüfung zum Bachelor of Arts (B. A.)

an der Fakultät Wirtschaft

Studiengang BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

Schwerpunkt Destinations- und Kurortmanagement

an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

**Verfasserin:**

**Anne Flach**

Kontakt

tourismus\_anne.flach@yahoo.com

Bearbeitungszeitraum:

23.04.18 – 06.08.2018

Ausbildungsunternehmen:

Stadtverwaltung Albstadt

Betreuerin:

Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann

Zusammenfassung: März 2019

## Inhaltsverzeichnis

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>III</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>IV</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>- 1 -</b>
1.1 AUSGANGSSITUATION .....	- 1 -
1.2 ZIELSETZUNG UND AUFBAU DER ARBEIT .....	- 2 -
1.3 FORSCHUNGSGRUNDLAGEN .....	- 2 -
<b>2 BEGRIFFSBESTIMMUNGEN .....</b>	<b>- 3 -</b>
2.1 MASSENTOURISMUS .....	- 3 -
2.2 OVERTOURISMUS .....	- 3 -
2.3 NACHHALTIGKEIT.....	- 3 -
<b>3 GRÜNDE UND DIE ENTWICKLUNG ZUM OVERTOURISMUS .....</b>	<b>- 4 -</b>
<b>4 QUANTITATIVE BESTIMMUNGSMÖGLICHKEITEN .....</b>	<b>- 6 -</b>
4.1 ERGEBNISSE DES GDS-INDEX FÜR STUTTGART UND FRANKFURT A.M. ....	- 6 -
4.3 ANWENDUNG DER MCKINSEY& COMPANY METHODE FÜR BERLIN UND HEIDELBERG .....	- 7 -
4.4 ERGEBNISVERGLEICH FÜR DIE STÄDTE HEIDELBERG UND BERLIN.....	- 9 -
<b>5 EMPIRISCHER BESTIMMUNGSANSATZ .....</b>	<b>- 10 -</b>
5.1 TOURISMUSWAHRNEHMUNG BEEINFLUSSENDE FAKTOREN .....	- 10 -
5.2 ANWENDUNG DES SEMANTISCHEN DIFFERENTIALS FÜR HEIDELBERG.....	- 10 -
5.3 ERGEBNISPRÜFUNG DER QUANTITATIVEN MESSUNG NACH MCKINSEY .....	- 12 -
<b>6 AUSWIRKUNGEN UND KONSEQUENZEN .....</b>	<b>- 12 -</b>
6.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ALLGEMEINEN AUSWIRKUNGEN UND KONSEQUENZEN .....	- 12 -
6.2 TOURISTIFIZIERUNG/TOURISTENKOLLAPS .....	- 14 -
6.3 VERÄNDERUNG DES LEBENSRAUMES .....	- 14 -
<b>7 SITUATIONSENTWICKLUNG UNTER EINBEZUG VON TRENDS .....</b>	<b>- 15 -</b>
7.1 ZUSAMMENFASSUNG DER AKTUELLEN SITUATION .....	- 15 -
7.2 INTERNATIONALE, GESELLSCHAFTLICHE UND TOURISTISCHE TRENDS.....	- 16 -
7.3 ABLEITUNG DER ZUKÜNFTIGEN OVERTOURISMUSENTWICKLUNG UND DESSEN CHANCEN.....	- 17 -
<b>8 UMGANG MIT OVERTOURISMUS .....</b>	<b>- 18 -</b>
8.1 ALLGEMEINE LÖSUNGSSTRATEGIEN .....	- 18 -
8.2 BISHERIGER UMGANG MIT OVERTOURISMUS.....	- 19 -
8.3 ABLEITUNG GEEIGNETER MAßNAHMEN FÜR DEUTSCHLAND .....	- 20 -
<b>9 FAZIT UND AUSBLICK.....</b>	<b>- 21 -</b>
<b>QUELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>VI</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ankünfte und Übernachtungen in Deutschland 1992-2017.....	- 5 -
Abbildung 2: Vergleich des GDS-Index Stuttgart und Frankfurt.....	- 7 -
Abbildung 3: Grafischer Vergleich Berlin und Heidelberg.....	- 9 -
Abbildung 4: Wahrgenommene Häufigkeit einzelner Auswirkungen in Räumen.....	- 13 -

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Analyseergebnisse für Heidelberg und Berlin .....	- 8 -
Tabelle 2: Auswertungstabelle und Einordnung .....	- 8 -
Tabelle 3: Auswertung des semantischen Differentials, Einwohner.....	- 11 -
Tabelle 4: Auswertung des semantischen Differentials, Touristen.....	- 11 -

# 1 Einleitung

## 1.1 Ausgangssituation

Weltweit ist der Tourismus für 10,6% des gesamten Bruttoinlandsprodukts verantwortlich, in Deutschland sind es 4,4% im Jahr 2015 gewesen.<sup>1</sup> Tourismusförderung ruft Effekte hervor, die einen Mehrwert für ganze Regionen erbringen. Aus diesem Grund liefern sich Destinationen seit Jahren einen harten Wettbewerb, um immer mehr Gäste zu gewinnen und folglich einen immer größeren Mehrwert für die Region auszuschöpfen. Die Welttourismusorganisation UNWTO verzeichnete im Jahr 2017 ca. 1,2 Milliarden Reisen, für das Jahr 2030 werden um die 1,8 Milliarden prognostiziert, was einer Steigerung von knapp 50% in 13 Jahren entspricht.<sup>2</sup> Auf der Kehrseite glücklicher Urlaubsbilder berichten Zeitungen vom überfüllten Venedig und von Gentrifizierung in New York und Berlin.<sup>3</sup> In den Nachrichten werden Bilder von Menschen gezeigt, die in Barcelona aggressiv gegen Touristen demonstrieren.

Überall dort, wo Veränderungen entstehen, gibt es auch Kritik. Das Phänomen des sogenannten Overtourismus scheint ein sehr Zwiespaltiges zu sein oder: Warum sonst lassen es Destinationen überhaupt so weit kommen? Während sich Destinationen im Mittelmeerraum schon seit längerer Zeit mit dem Overtourismus konfrontiert sehen, scheint das Thema für Deutschland noch sehr jung. Zwar wurden bisher in Deutschland keine nennenswerten Aufstände aufgrund des Tourismus erfasst, jedoch ist sich die Tourismusbranche der ständig wachsenden Zahlen bewusst. Deshalb findet seit einiger Zeit das Thema Overtourismus auch in Deutschland Beachtung. Vor allem Medien stoßen mit Schlagzeilen zum Overtourismus Gespräche und Diskussionen unter Touristikern an. Auf internationalen Konferenzen, so zum Beispiel auch auf der ITB 2018, rückte das Thema in den Fokus und wurde Leitthema der Veranstaltung.

Jetzt ist noch genug Zeit für Deutschland, um Zustände wie „Tourist- Go Home“-Demonstrationen und Auseinandersetzungen wie in Barcelona vorzubeugen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Die Thematisierung, der Austausch und die intensive Auseinandersetzung mit der Thematik sind daher umso wichtiger. In der folgenden Arbeit soll der Overtourismus vor allem auf Entwicklungen und Konsequenzen hin beleuchtet werden.

---

<sup>1</sup> vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 1; vgl. MCKINSEY & COMPANY 2017, S. 2 und vgl. BOULDING, J. 2018, S. 4

<sup>2</sup> vgl. DIE WELT 2017, S. 1

<sup>3</sup> vgl. BEUTELSBACHER 2017, S. 1

### 1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Die Leitfrage dieser Arbeit dreht sich vor allem um die Betroffenheit und Relevanz von Overtourismus in Deutschland. Ziel ist es, ein Abbild der aktuellen Situation zu schaffen, indem verschiedene Informationsquellen und Methoden im Hinblick auf das vorliegende Thema ausgewertet und zusammengefasst werden. Es sollen außerdem Auswirkungen und Konsequenzen herausgestellt und Lösungsansätze aufgezeigt werden.

Grundlegend für eine wissenschaftliche Erarbeitung sind die Begriffsbestimmungen und Definitionen. Aufgrund der Thematik um die Situationsentwicklung ist der Aufbau der vorliegenden Arbeit ein zeitlich chronologischer. Nachdem die Wertschöpfung und Problematik des Tourismus erfasst wurde, wird die allgemeine Tourismusedwicklung in Deutschland erläutert und auf für den Overtourismus mitverantwortliche Entwicklungen übergeleitet. Zur Situationsanalyse werden die Ergebnisse der Studie einer Unternehmensberatung für Stuttgart und Frankfurt vorgestellt; um daran eine angewandte quantitative Methode für die Städte Berlin und Heidelberg anzuschließen. Um diese zu unterstützen, soll die Bedeutung individueller Wahrnehmung herausgestellt und für Heidelberg überprüft werden. Anknüpfend daran werden Konsequenzen und Auswirkungen des Overtourismus dargelegt. Nachdem im ersten Teil der Arbeit die vergangene und aktuelle Tourismussituation analysiert wurde, werden Möglichkeiten der zukünftigen Tourismusedwicklung aufgezeigt und letztendlich der aktuelle Umgang mit dem Thema Overtourismus herausgestellt sowie Lösungsstrategien aufgezeigt und zugeordnet.

### 1.3 Forschungsgrundlagen

Die Informationsgrundlagen dieser Arbeit sind ein knapp 36-minütiges Experteninterview mit dem damaligen Geschäftsführer der Historic Highlights of Germany, Björn Rudek. Außerdem wurde eine empirische Erhebung in Form einer persönlichen Befragung in Heidelberg durchgeführt, die in Kapitel 5.2 ausführlich beschrieben wird. Die Kriterien im Semantischen Differential basieren auf Literaturrecherche und wurden im Rahmen dieser Arbeit zusammengefasst. Auch die Anwendung der Methode nach McKinsey wird in Kapitel 4.3 und 4.4 ausführlich erläutert.

Häufig werden Befragungsergebnisse der Tourismusagentur TourComm von 2018, die ebenfalls das Thema Overtourismus in Deutschland thematisiert, verwendet. Die leitende Frage dabei lautete „Ist Overtourismus auch in Deutschland ein Thema?“. Teilnehmer der Befragung waren vor allem Vertreterinnen und Vertreter von Destinationsmanagement- und Landesmarketingorganisationen, Hotels- und Gastronomiebetrieben, Forschungs- und Consultingunternehmen und weiterer Verbände. Aufgrund der starken zeitlichen Aktualität des Themas Overtourismus wurden neben dem Literaturstudium zudem Vorträge von internationalen Wissenschaftlern und Touristikern verwendet sowie aktuelle Artikel aus Medien und dem Internet.

## 2 Begriffsbestimmungen

### 2.1 Massentourismus

Massentourismus oder Hochleistungstourismus bezeichnet die Reiseform des organisierten und institutionalisierten Tourismus, der in großem Umfang für breite Bevölkerungsschichten betrieben wird. Er ist die Konsequenz einer freiheitlichen Gesellschaftsordnung, tritt als Massenerscheinung auf und kann als Vorstufe des Overtourismus bezeichnet werden.<sup>4</sup>

### 2.2 Overtourismus

Eine allgemeingültige Definition des Begriffes Übertourismus ist in der deutschen Sprache noch ausstehend.<sup>5</sup> Die Begriffsbestimmung erfolgt daher durch die Herleitung aus Wortteilen, sowie der Übersetzung des englischen Begriffes „Overtourism“.

Overtourismus setzt sich aus dem englischen Wort „over“, welchem unter anderem die Bedeutungen: Über, mehr als, vorbei, zu Ende zugeordnet sind und dem Wort Tourismus zusammen.<sup>6</sup> Dieses wird als organisierte, zeitlich beschränkte Abwesenheit vom Wohnort zum Aufenthalt oder Erholen in einer Destination oder zum Kennenlernen eines fremden Ortes beschrieben.<sup>7</sup> Übersetzt steht „Overtourism“ als Überbegriff für die von Einheimischen und Besuchern wahrgenommene Übersteigerung der Touristenzahlen innerhalb einer Destination und der damit einhergehende und unakzeptable Verfall der dortigen Lebens- und Erlebnisqualität, beispielsweise durch eine überlastete Infrastruktur.<sup>8</sup> Es findet overcrowding, auf Deutsch Überfüllung und/ oder Übernutzung statt. Diese Sachverhalte stellen zentrale Inhalte dieser Arbeit dar, besonders bedeutend sind dabei die sechs Belastungsdimensionen die die vielseitigen und unterschiedlichen Auswirkungen des Overtourismus in den Bereichen Natur, Städte und Gesellschaft zusammenfassen.<sup>9</sup> In Kapitel sechs wird konkret darauf eingegangen.

### 2.3 Nachhaltigkeit

Overtourismus kann als Gegenteil nachhaltigen Handelns bezeichnet werden. Nachhaltigkeit bedeutet die gleichwertige Beachtung ökologischer, ökonomischer und sozialer Grundsätze. Im Tourismus wird der soziale Aspekt des Öfteren um den sozio-kulturellen Aspekt erweitert.

---

<sup>4</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 17 vgl. BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GmbH 2018c, o. S. vgl. SPEKTRUM DER WISSENSCHAFT VERLAGSGESELLSCHAFT mbH 2001, o. S. vgl. SÜDDEUTSCHE ZEITUNG GmbH 2018, S. 1 vgl. BACHLEITNER, R. et al. 2000, S. 51

<sup>5</sup> vgl. BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GmbH 2018a o. S. vgl. PONS GmbH 2018a o. S. vgl. LEOS WÖRTERBÜCHER 2018, o. S.

<sup>6</sup> vgl. LEOS WÖRTERBÜCHER 2018, o. S.

<sup>7</sup> vgl. BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GmbH 2018b, o. S. MUNDT, J.-W. 2013, S. 3

<sup>8</sup> vgl. CLANCY, M. 2018, S. 12 vgl. BOULDING, J. 2018, S. 3 vgl. RUDEK, B. 2018, S.4

<sup>9</sup> vgl. HECK, S. 2018, o. S.

Sozio-kulturelle Aspekte beinhalten neben gesellschaftlichen Themen auch kulturelle Schwerpunkte wie beispielsweise die Verträglichkeit des Tourismus mit der Identität und Tradition der Einwohner, die Aufrechterhaltung des kulturellen Erbes und der Einklang des Tourismus mit der vorhandenen Sozialstruktur.<sup>10</sup> Synonyme des am meisten verbreiteten Begriffs „nachhaltiger Tourismus“ sind unter anderem „angepasster, umweltverträglicher, grüner, verantwortlicher, alternativer, umwelt- und sozialverträglicher und Öko- Tourismus“.<sup>11</sup>

### 3 Gründe und die Entwicklung zum Overtourismus

Der Nutzen und die Notwendigkeit des Tourismus liegt klar in der direkten und indirekten Wertschöpfungskette einer Region.<sup>12</sup> Diese findet auf ökologischer, sozio-kultureller und ökonomischer Ebene statt. Während Tourismusarbeit vor allem am Anfang eine Vielzahl an Wertschöpfungseffekten hervorrufen kann und einen Mehrwert für die Einwohner schafft, wird er durch die zunehmende Kommerzialisierung zum Massentourismus. Wird dieser Massentourismus weitergeführt und keine Gegenmaßnahmen unternommen, kann der Massentourismus in Overtourismus übergehen und zum Verfall der Lebensqualität führen. Im Allgemeinen kann gesagt werden, dass die Aufwertung einer Region bis zu dem Grad stattfindet, an dem der Tourismus kommerziell wird und die Form des Massentourismus annimmt. Übernutzungsprobleme entstehen dort, wo Attraktionen frei zugänglich und knapp sind. Diese Eigenschaften ordnen Attraktionen in die Kategorie der Allmende-Güter.<sup>13</sup>

Übernutzung meint neben physischer Überfüllung auch Schädigungen der genutzten und/ oder einer anderen Ressource und hat gesamtwirtschaftliche Kosten zur Folge.<sup>14</sup> Indem die Kosten von vielen Personen getragen werden, fühlt sich niemand verantwortlich für die Übernutzung.<sup>15</sup> Aus der Allmende-Problematik in Verknüpfung mit der Suche nach Authentizität geht schließlich das Zitat „Tourismus zerstört häufig das, was er sucht“ hervor.<sup>16</sup> Von Übernutzung betroffen sind vor allem nicht-produzierbare Attraktoren. Dazu gehören:

- materielle Naturgüter (Beispielsweise Nationalparks, Sandstrände)
- materielle Kulturgüter (Beispielsweise Dom oder ein Museum)
- immaterielle Dinge (Beispielsweise ausgeprägte Karnevalskultur).<sup>17</sup>

---

<sup>10</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 485

<sup>11</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 485 vgl. MUNDT, J.-W. 2013, S. 529 vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2002, o. S. vgl. HUBER, J. 2018, o. S.

<sup>12</sup> vgl. ERBER, K. 2017, S. 1

<sup>13</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 103f.

<sup>14</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 106 vgl. PONS GmbH 2018b, o. S. vgl. HECK, S. 2018, o. S.

<sup>15</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 110

<sup>16</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 103 vgl. RUDEK, B. 2018, S. 3

<sup>17</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 103f.



### 3 Gründe und die Entwicklung zum Overtourismus

Für die Vergangenheit und Zukunft wurden im Allgemeinen sechs Megatrends ausgewählt, die das Reisen und die Tourismusentwicklung maßgeblich beeinflussen:

1. Wertewandel freie Zeit
2. Einkommen und Wohlstand
3. Information und Kommunikation
4. Mobilität und Verkehr
5. Entwicklung einer globalen Tourismusindustrie
6. Natur, Bevölkerung, Urbanisierung<sup>18</sup>

Für die in den nächsten beiden Kapiteln aufgezeigten Entwicklungen könnten diese erweitert werden, indem auch allgemeine globale, politische und ökonomische Veränderungen, sowie die weltweite Sicherheitslage miteinbezogen werden. Die Entwicklung des Deutschlandtourismus muss differenziert, je nach Tourismusart und Destination betrachtet werden (...).<sup>19</sup>

Die Kritik am Tourismus löste Debatten aus und brachte den Gegentrend des nachhaltigen Reisens, sowie Ansätze und Konzepte heraus. Trotzdem konnte der Tourismus in Deutschland durch allgemeine Entwicklungen nicht ausgebremst werden. Abbildung zwei zeigt die Entwicklung des Tourismus in Deutschland von 1992 bis 2017. Selbst während der Wirtschaftskrise 2008 und 2009 wurden nur geringe Rückgänge verzeichnet, die in Folgejahren dafür weiter anstiegen.<sup>20</sup>

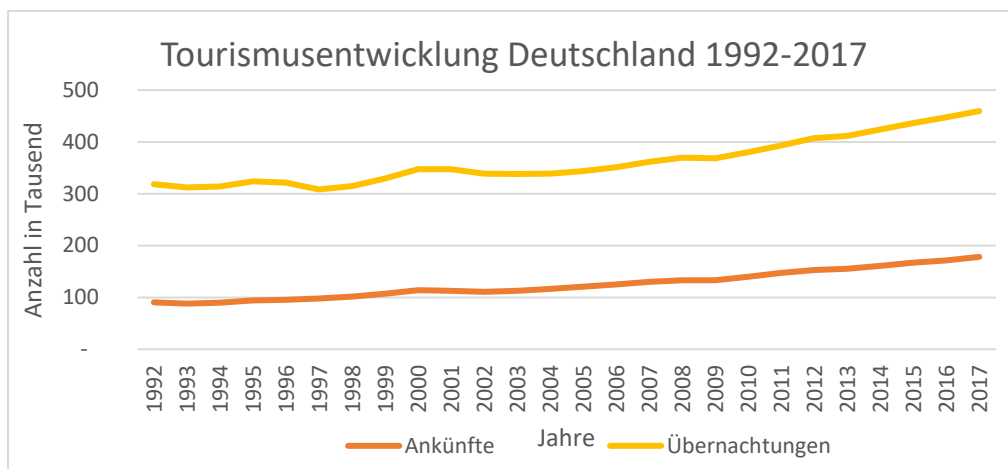


Abbildung 1:  
Ankünfte und  
Übernachtungen in Deutsch-  
land 1992-2017

Quelle: Eigene  
Darstellung<sup>21</sup>

Verschiedene Trends und Entwicklungen, die sich teilweise gegenseitig bedingen, haben dazu geführt, dass das Tourismusaufkommen in Deutschland deutlich gestiegen ist. Teilweise sind die Gründe den oben genannten sechs Megatrends zuzuordnen.

- Reisen als Bestandteil eines guten Lebensstandards und zur Selbstverwirklichung<sup>22</sup>
- Ablösung von Warenmangel durch Zeitmangel<sup>23</sup>

<sup>18</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 25ff.

<sup>19</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 1

<sup>20</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 1 vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 2018, o. S.

<sup>21</sup> vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 2018, o. S.

<sup>22</sup> vgl. MERTEN, T. o. J., o. S. vgl. ZUKUNFTSINSTITUT GmbH 2016, o. S.

<sup>23</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S.

## 4 Quantitative Bestimmungsmöglichkeiten

---

- Stetig wachsendes Verkehrs- und Transportwesen bietet Multioptionalität<sup>24</sup>
- Bessere Vernetzung durch Kommunikations- und Informationsdienste ermöglichen selbst organisiertes Reisen und lösen Urlaubsbedürfnisse beim Empfänger aus<sup>25</sup>
- Wachsender Mittelstand der größten Reisenation China mit 122 Millionen Touristen<sup>26</sup>
- stetig wachsender Beherbergungsbereich führt zu Preissenkungen<sup>27</sup>
- Wachsender (Marketing-)Wettbewerb zwischen Städten um Touristen<sup>28</sup>
- Einfluss dynamischer Wechselkurse und Preissteigerungen auf Geschäftstourismus<sup>29</sup>
- Krisen betreffen Urlaubsregionen → Verlagerung in sichere Länder verlagern → Überfüllung, Preiserhöhungen, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis in Deutschland<sup>30</sup>
- Positiver Imagewandel Deutschlands durch die Fußball Weltmeisterschaft 2006<sup>31</sup>
- Ungenaue statistische Erfassungsmethoden schmälern Touristenzahlen<sup>32</sup>

## 4 Quantitative Bestimmungsmöglichkeiten

### 4.1 Ergebnisse des GDS-Index für Stuttgart und Frankfurt a.M.

Das Beratungsunternehmen Global Destination Sustainability-Index (GDS-Index) hat sich auf Geschäftsreise- und Veranstaltungsdestinationen spezialisiert.<sup>33</sup> Es untersucht die Arbeit von weltweit dreißig Destinationen, darunter auch Frankfurt und Stuttgart auf Nachhaltigkeit und gibt Tipps zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien. Inhalt des GDS-Index sind Kriterien zur Umwelteffizienz und sozialem Auftreten, die die gesamte Stadt betreffen. Ebenfalls bewertet der Index die Nachhaltigkeit der örtlichen Versorger- und Anbieterleistungen, also Unterkünfte- und Gastronomiebetriebe, sowie die Arbeit und Nachhaltigkeitsleistung des Destinations- oder Kongressmanagements.<sup>34</sup> In der vorliegenden Arbeit soll das Ergebnis des GDS-Index für der Städte Stuttgart und Frankfurt am Main vorgestellt werden

---

<sup>24</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 35

<sup>25</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S. vgl. RUDEK, B. 2018, S. 3

<sup>26</sup> vgl. DIE WELT 2017, S. 2

<sup>27</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, o. S. vgl. SÜDDEUTSCHE ZEITUNG GmbH 2018, S. 1

<sup>28</sup> vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 6

<sup>29</sup> vgl. STEINECKE, A. 2011, S. 121f.

<sup>30</sup> vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 6

<sup>31</sup> vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 6

<sup>32</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 6

<sup>33</sup> vgl. MCKINSEY & COMPANY 2017, o. S.

<sup>34</sup> vgl. GLOBAL DEVELOPMENT SUSTAINABILITY INDEX 2018a, o. J., o. S.

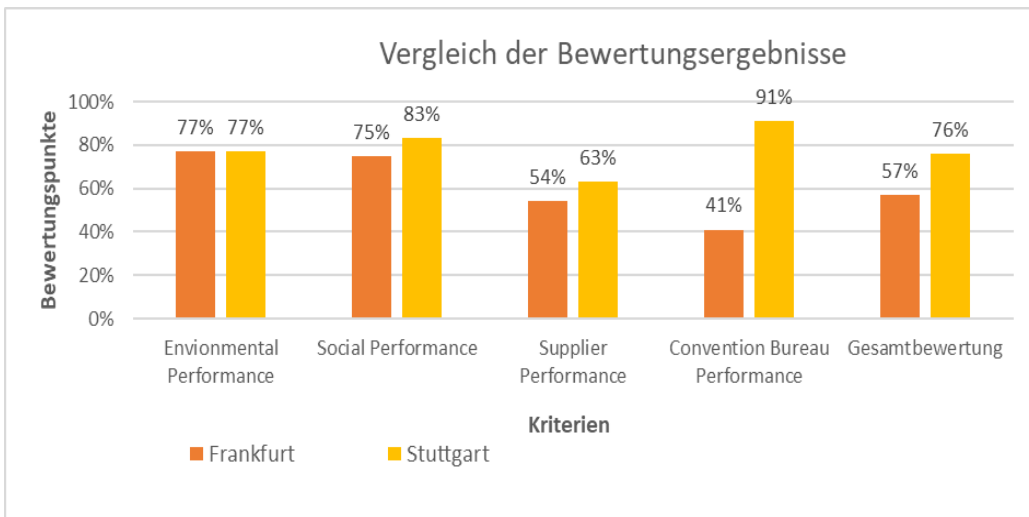


Abbildung 2: Vergleich des GDS-Index Stuttgart und Frankfurt

Quelle: Eigene Darstellung<sup>35</sup>

In der Gesamtbetrachtung begründen die aufgezeigten Einzelergebnisse die deutlich bessere Nachhaltigkeitssituation von Stuttgart mit 76% gegenüber Frankfurt mit 57%. Im Ergebnis des weltweiten Rankings der 30 untersuchten Destinationen erreicht Frankfurt den 20. und Stuttgart den 5. Platz. Die in diesem Kapitel errechneten Werte drücken sich im Sinne des positiven Nachhaltigkeitswert aus. In den folgenden Erhebungen werden Ergebnisse berechnet, die sich auf die Gefährdung oder das Risiko für Overtourismus beziehen und deshalb negativ werden. Um den GDI mit den anderen Werten vergleichbar zu machen, werden die Werte ins Gegenteil umgekehrt, sodass Sie den Prozentsatz der herbeizuführenden Nachhaltigkeitsfaktoren zeigen. Aus dem sogenannten Global Destination Index (GDI) wird Global Destination Index Negative (GDIN). Für die Zusammenfassung im Kapitel 7.1 ergeben sich folgende Änderungen:

Der GDI Wert für Frankfurt ändert sich von 57% auf einen GDIN von:  $100\% - 57\% = 43\%$

Der GDI Wert für Stuttgart ändert sich von 76% auf einen GDIN von:  $100\% - 76\% = 24\%$

### 4.3 Anwendung der McKinsey& Company Methode für Berlin und Heidelberg

Mit dem Bewusstsein, dass das Thema Overtourismus einen aktuellen Brennpunkt darstellt, hat die Unternehmensberatung McKinsey& Company eine weitere Messbarkeitstabelle entwickelt. Diese basiert auf dem Wunsch nach einer schnellen und einfach zu bedienenden Methode, die realistische und zugängliche Daten als Grundlage heranzieht.<sup>36</sup> Sie ist in der Veröffentlichung „coping with success - managing overcrowding in tourism destinations“ von 2017 nachzulesen. Die Methode führt zu einer Diagnose anhand derer die untersuchte Destination

<sup>35</sup> vgl. GLOBAL DEVELOPMENT SUSTAINABILITY INDEX 2018b, o. J., o. S.

<sup>36</sup> vgl. MCKINSEY& COMPANY 2017, S. 20

#### 4 Quantitative Bestimmungsmöglichkeiten

einer der fünf Risikostufen zugeordnet werden kann. Die folgende Tabelle stellt die Auswertung nach dem Muster von McKinsey& Company dar, welches in Tabelle 1 zu sehen ist. Die berechneten Zahlen stellen die Analyseergebnisse für Berlin und Heidelberg dar.

Parameter	Definition	Heidelberg	Berlin
Bedeutung des Tourismus	Anteilsdurchschnitt Tourismus am BIP & Beschäftigte von Gesamt 2017	-	5,25%
Steigerung der Ankünfte	Entwicklung der Touristenankünfte 2013-2017	4,79%	3,72%
Touristendichte	Besucheranzahl pro Quadratkilometer im Attraktionsgebiet der TOP-5	155.861	234.133
Tourismusintensität	Besucheranzahl pro Einwohner	4,7	3,6
negative Bewertungen Tripadvisor	Anteil der schlechten von Gesamtbewertungen für Top-10 Attraktionen	0,27%	0,54%
Saisonale Ankunftssteigerung	Differenz Flugplatzankünfte von stärkstem und schwächsten Monat	-	>1,36
Konzentration auf Top Attraktionen	Anteil der Top-5 Attraktionen an den Gesamtattraktionen	65,43%	37,92%
Luftverschmutzung	Jahresdurchschnittlicher PM10-Wert in Mikrogramm pro Kubikmeter	17,33	22
Gefährdung kultureller Stätten	Anteil der historischen Stätten unter den Top-20 Attraktionen	60%	55%

Tabelle 1: Analyseergebnisse für Heidelberg und Berlin

Quelle: Eigene Darstellung<sup>37</sup>

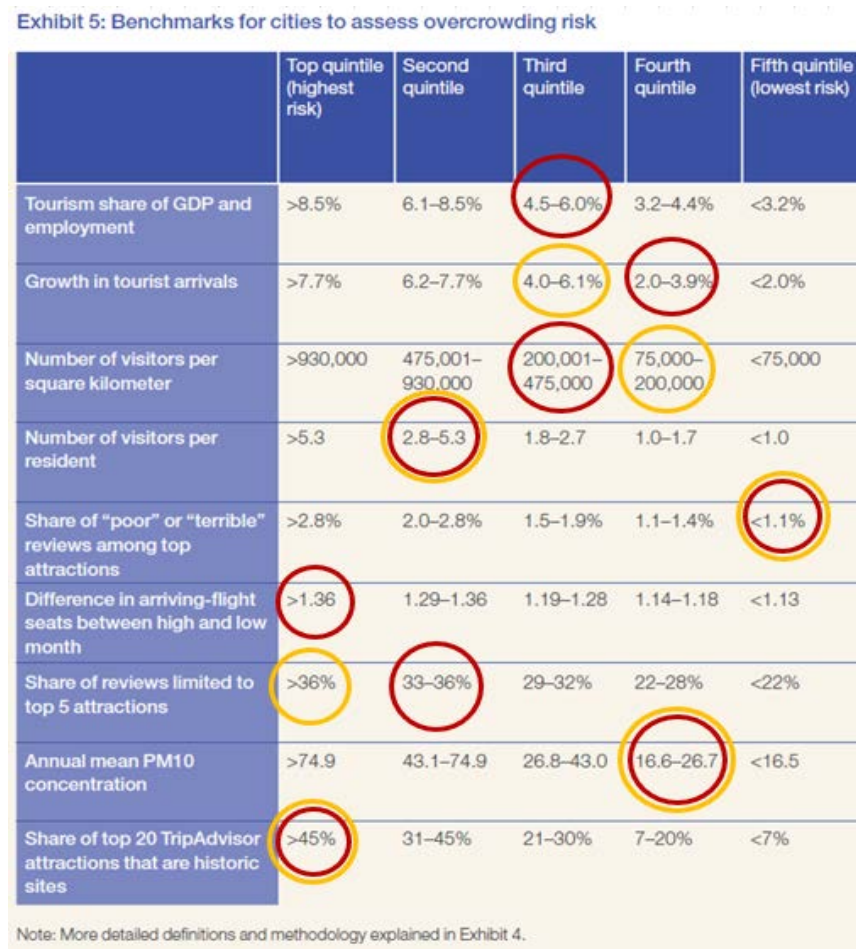


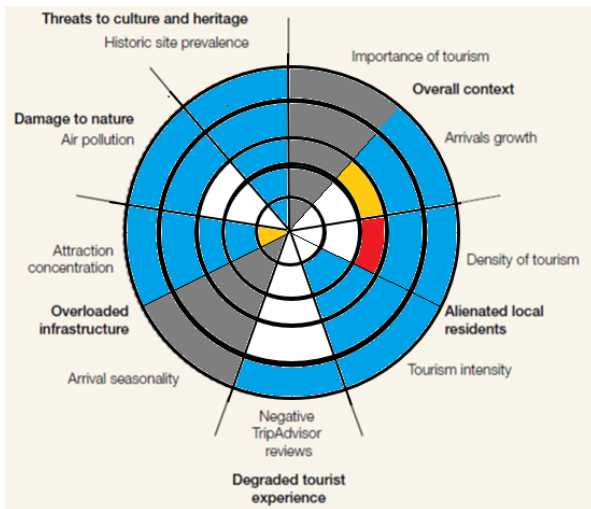
Tabelle 2: Auswertungstabelle und Einordnung

Quelle: McKinsey& Company 2017

<sup>37</sup> vgl. STATISTISCHES LANDESAMT 2018, o. S. vgl. AMT FÜR STADTENTWICKLUNG UND STATISTIK 2016, S. 1ff. vgl. SENATSVERWALTUNG FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE UND BETRIEBE 2018, o. S. vgl. IWCONSULT 2017, S. 4ff. vgl. AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG 2018, S. 1ff. vgl. TRIPADVISOR DEUTSCHLAND 2018a, o. S. vgl. TRIPADVISOR DEUTSCHLAND 2018b, o. S. vgl. LANDESANSTALT FÜR UMWELT BADEN-WÜRTTEMBERG 2016a, S. 1 vgl. LANDESANSTALT FÜR UMWELT BADEN-WÜRTTEMBERG 2016b, S. 1 vgl. REGIERUNGSPRÄSIDIUM HEIDELBERG 2017, S. 21

## 4.4 Ergebnisvergleich für die Städte Heidelberg und Berlin

Um die Ergebnisse anschaulich zu machen stellt McKinsey& Company die Ergebnisse im nächsten Schritt in einem Kreisdiagramm dar. Die geringste Risikostufe wird durch den äußersten Ring dargestellt, alle Werte von 0-20% sind hier repräsentiert. Je höher das Risiko ist, desto weiter sind die Kreisausschnitte nach innen gefärbt. Ist die höchste Risikostufe erreicht, Werden Risikowerte zwischen 80-100% erreicht, deutet dies auf die Höchststufe hin und der



komplette Kreisausschnitt ist eingefärbt. Die blauen Felder zeigen die gemeinsame Erreichung der jeweiligen Risikostufe. Die roten Felder stellen die Risikostufen dar, die nur von Berlin erreicht wurden, parallel dazu stellen die orangen Felder die alleinige Bedeutung für Heidelberg heraus.

Abbildung 3: Grafischer Vergleich Berlin und Heidelberg

Quelle: Eigene Darstellung nach McKinsey& Company 2017<sup>38</sup>

Die Visualisierung zeigt im Allgemeinen, dass Berlin und Heidelberg in jedem der berechneten Bereiche mindestens die zweite Risikostufe erreichen, also ein 20-40%iges Risiko der Betroffenheit vom Overtourismus. Ausgenommen ist der Bereich des Verfalls der Erlebnisqualität. Berlin erreicht in den zwei Bereichen Gefährdung von Kultur und Kulturerbe oder historischen Stätten, sowie der Saisonintensität die höchste Risikostufe, also 80-100%ige Betroffenheit. Auch Heidelberg erreicht diesen Wert im Bereich Gefährdung von Kultur und Kulturerbe oder historischen Städten und außerdem in der Überfüllung von touristischen Attraktionen. In Letzterem ist auch Berlin mit einem 80%igen Risiko gefährdet. Ebenso wie in der Kategorie der Tourismusintensität, die sich auf die Einwohnerzahl bezieht, Heidelberg erreicht dasselbe Ergebnis. Im Folgenden soll ein Gesamtergebnis in Form der durchschnittlichen Risikostufe für beide Städte berechnet werden. Somit kann ein allgemeines Risiko für die Betroffenheit von Overtourismus bestimmt werden.

Berlin:  $580\% : 9 \text{ gewertete Kategorien} = 64,44\%$  oder Risikostufe 4 von 5

Heidelberg:  $440\% : 7 \text{ gewertete Kategorien} = 62,86\%$  oder Risikostufe 4 von 5

<sup>38</sup> vgl. MCKINSEY& COMPANY 2017, S. 24

## 5 Empirischer Bestimmungsansatz

### 5.1 Tourismuswahrnehmung beeinflussende Faktoren

Die zahlenmäßige Messung des Overtourismus wurde im letzten Kapitel erfasst. In Kapitel 2.2 wird Overtourismus jedoch vor allem als „die von Einheimischen und Besuchern wahrgenommene“ Übersteigerung der Tourismuszahlen definiert.<sup>39</sup> Einwohner nehmen Veränderungen und Entwicklungen, die durch den Tourismus ausgelöst werden vor allem aufgrund der Art der Wahrnehmung und der Zeit unterschiedlich wahr.

1. Zeit: Eine Veränderung wird anhand individueller Erinnerungspunkte wahrgenommen, beispielsweise durch Preisanstiege von Lebensmitteln, Immobilien, etc.
2. Wahrnehmungsart der Veränderung: visuell, emotional durch Beeinflussung des alltäglichen Lebens: Entstehung saisonaler Arbeitsplätze unter schlechten Arbeitsbedingungen und indirekte Wahrnehmung durch einen zunehmenden Kommunikations- und Medienbezug.<sup>40</sup>

### 5.2 Anwendung des semantischen Differentials für Heidelberg

Das Ergebnis der quantitativen Analyse zeigt die Betroffenheit Heidelbergs vom Overtourismus mit 62,86% oder der knapp erreichten Risikostufe 4 von 5 auf. Aus der möglichen Diskrepanz der quantitativen Situationserfassung Heidelbergs und den Wahrnehmungsunterschieden sollen nun folgende Aspekte überprüft und herausgestellt werden:

- Die Verifizierung oder Falsifizierung der erfassten Situation nach McKinsey durch ein Wahrnehmungsbild
- Die Wahrnehmungsunterschiede von Touristen und Einwohnern

Die Wahrnehmung der einzelnen Personen soll durch die Methode des semantischen Differentials, auch Polaritätsprofil oder Eindrucksdifferenzial genannt, gemessen werden.<sup>41</sup> Die Befragung erfasst insgesamt 50 Personen im Alter von 14 bis 77 Jahren. Diese gliedern sich in 25 Touristen, darunter 17 weibliche und neun männliche und 25 Einwohner, darunter 14 weibliche und elf männliche. Die Befragung wurde am 16.06.2018 an drei Touristenpunkten in Heidelberg durchgeführt. Die Teilnehmer werden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Die erste Auswertung zeigt das Profil der Einwohner, die Zweite das der Touristen. Anhand beider Analyseergebnisse können Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Wahrnehmung herausgearbeitet werden, auf eine ausführliche Beschreibung der Profile wird daher verzichtet.

---

<sup>39</sup> vgl. CLANCY, M. 2018, S. 12 vgl. BOULDING, J. 2018, S. 3 vgl. RUDEK, B. 2018, S.4

<sup>40</sup> vgl. BACHLEITNER, R. et al. 2000, S. 63 vgl. URBAN, T. 2018, S. 1ff. vgl. TEMSCH, J. 2018, S.3 vgl. DESTINET 2017, S. 2 vgl. BOULDING, J. 2018 vgl. LEHNEN, E. 2018, S. 7

<sup>41</sup> vgl. GÖTZE, W. et al. 2014, S. 237f.



## 5 Empirischer Bestimmungsansatz

In der Gesamtbetrachtung der Einwohner deuten zwar sechs der 14 Punkte, die über dem Mittelwert von drei liegen auf Overtourismus hin, der Durchschnitt aller 14 Punkte liegt allerdings bei 3,0 und liegt somit genau in der Mitte der Skala.

Bewertungsskala	1	2	3	4	5		k. A.	Mittelwert
<b>1. Ortsbild</b>								
entwickelt sich positiv		12	8	4	1	verschlechtert sich		2,8
ordentlich	4	9	11	1		vermüllt		2,4
sauber	3	13	8	1		dreckig		2,3
verschiedenartige Läden	2	4	4	12	3	überwiegend Touristenshops		3,4
gleichmäßige Menschenverteilung	1	3	5	12	2	punktueller Menschenmassen		3,5
<b>2. Atmosphäre</b>								
angenehmer Lärmpegel	2	11	9	2		hoher Lärmpegel	1	2,5
gute Luftqualität	1	12	8	2		schlechte Luftqualität	1	2,5
<b>3. Verkehrsinfrastruktur</b>								
normale Straßennutzung		2	9	8	6	übernutzte Straßen		3,7
entspannte Parksituation		1	1	8	12	angespannte Parksituation	2	4,4
<b>4. Öffentliche Verkehrsmittel</b>								
angenehme Auslastung	1	2	7	12	2	zunehmende Überfüllung		3,5
<b>5. Wohnsituation</b>								
Trennung touristischer Wohngebiete		4	11	4	4	Eindringen von Touristen in bestehende Wohngebiete	1	3,3
vertrautes Wohnumfeld		13	7	3	2	entfremdendes Wohnumfeld		2,8
<b>6. Tradition/ Kultur</b>								
unverändert, gleichbleibend	2	10	4	8		zunehmender Identitätsverlust		2,8
<b>7. Lebensqualität</b>								
stetige Verbesserung		9	13	2	1	Verfall		2,8
Summe	16	105	105	79	33		5	
Durchschnitt der Mittelwerte								3,0

Tabelle 3: Auswertung des semantischen Differentials, Einwohner

Quelle: Darstellung nach eigener Erhebung 2018

Bewertungsskala	1	2	3	4	5		k. A.	Mittelwert
<b>1. Ortsbild</b>								
entwickelt sich positiv	5	5	10	2		verschlechtert sich	3	2,4
ordentlich	8	11	4	3		vermüllt		2,1
sauber	7	13	1	5		dreckig		2,2
verschiedenartige Läden	8	3	7	3		überwiegend Touristenshops	2	2,2
gleichmäßige Menschenverteilung	2	7	3	12	3	punktueller Menschenmassen		2,7
<b>2. Atmosphäre</b>								
angenehmer Lärmpegel	2	9	10	5		hoher Lärmpegel		2,7
gute Luftqualität	4	9	10	2		schlechte Luftqualität	1	2,4
<b>3. Verkehrsinfrastruktur</b>								
normale Straßennutzung	1	8	8	5	3	übernutzte Straßen	2	2,4
entspannte Parksituation	2	5	8	7	4	angespannte Parksituation	1	2,5
<b>4. Öffentliche Verkehrsmittel</b>								
angenehme Auslastung		6	9	2	2	zunehmende Überfüllung	7	2,5
<b>5. Wohnsituation</b>								
Trennung touristischer Wohngebiete		5	9	6		Eindringen von Touristen in bestehende Wohngebiete	6	3,1
vertrautes Wohnumfeld		9	7	1	1	entfremdendes Wohnumfeld	8	2,4
<b>6. Tradition/ Kultur</b>								
unverändert, gleichbleibend	2	3	10	3	3	zunehmender Identitätsverlust	5	2,4
<b>7. Lebensqualität</b>								
stetige Verbesserung	1	9	8	4	1	Verfall	4	2,6
Summe	42	102	104	60	17		39	
Durchschnitt der Mittelwerte								2,5

Tabelle 4: Auswertung des semantischen Differentials, Touristen

Quelle: Darstellung nach eigener Erhebung 2018

Der grafische Ergebnisvergleich zeigt, dass Einwohner den Tourismus stärker wahrnehmen als Touristen. Auch die Mittelwertsumme aller von den Einwohnern bewerteten Faktoren liegt mit 3,0 deutlich über dem Wert der Touristen mit 2,5. Dies könnte mit dem in Kapitel 5.1 herausgearbeiteten Zeitfaktor liegen, der den Einwohnern vorbehalten ist, da Touristen meist nur den gegenwärtigen Zustand auffassen. Durch die positive Wahrnehmung der Touristen mit einem Mittelwert von 2,5 kann die Gefährdung von 62,86% falsifiziert werden.

### 5.3 Ergebnisprüfung der quantitativen Messung nach McKinsey

Aus der Untersuchung des semantischen Differentials kann weder das in 4.2 berechnete Risiko des Overtourismus von 62,86% noch das Befragungsergebnis von TourComm, nachdem 68% der Teilnehmer aller historischen Städte die Auswirkungen des Overtourismus wahrnehmen, bestätigt werden. Wird die von den Einwohnern wahrgenommene Stufe 3 umgerechnet, so beträgt die Betroffenheit Heidelbergs 50%. Dieses Ergebnis liegt um 18% unter dem Durchschnittswert der untersuchten historischen Städte von TourComm. Trotz der Falsifizierung des Ergebnisses von McKinsey kann in Übereinstimmung mit allen drei Erhebungsquellen eine Betroffenheit von mindestens 50% für Heidelberg bestimmt und eine Warnstufe abgeleitet werden. Die Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung und dem quantitativen Ergebnis kann mit der Gewohnheit der Einwohner, die Stadt mit Touristen zu teilen, begründet werden.<sup>42</sup> Zusammenfassend kann für Heidelberg festgehalten werden, dass quantitativ ein hohes Risiko für Overtourismus besteht, dieses allerdings momentan nicht wahrgenommen wird.

## 6 Auswirkungen und Konsequenzen

### 6.1 Überblick über die allgemeinen Auswirkungen und Konsequenzen

Neben den positiven Aspekten des Tourismus die Kapitel 3 einleiten, werden in diesem Kapitel vor allem die negativen Erscheinungen des Overtourismus aufgezeigt. Zur vollständigen und übersichtlichen Erfassung werden die negativen Erscheinungen in insgesamt sechs Belastungsdimensionen eingeteilt:

1. Infrastrukturelle Belastungen: Vor allem die Übernutzung der örtlichen Verkehrs- und der kulturellen Infrastruktur, der Sport- und Freizeitinfrastruktur also Straßen, Park- und Spielplätze, Museen und Parks
2. Physische Belastungen: Abnutzung, Gefährdung und Verfall von Attraktionen wie Bauwerken
3. Ökologische Belastungen: Auswirkungen auf Natur, Umwelt und Ökosystem, beispielsweise Luft- und Wasserverschmutzung, Zerstörung der Landschaft und Vegetation<sup>43</sup>
4. Kulturelle Belastungen: Durch die Anpassung an touristische Bedürfnisse; die Veränderung von Bräuchen und Sprache entsteht der Verlust von Kunst, Kultur und Tradition
5. Perzeptuelle Belastungen: Durch die Sinne wahrnehmbare Belastungen, die Stress auslösen, wie beispielsweise Lärm oder Menschengedränge mit Auswirkungen auf Sitte und Moral<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2f. vgl. FREYER, W. 2015, S. 528

<sup>43</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1 vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2 vgl. DESTINET 2017, S. 1

<sup>44</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1 vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2 vgl. DESTINET 2017, S. 1



## 6 Auswirkungen und Konsequenzen

6. Ökonomische Belastungen: Externe Effekte, die von der Gesellschaft getragen werden, beispielsweise steigende Lebenshaltungskosten oder Wohnraumknappheit<sup>45</sup>

Die Befragung von TourComm zum Thema Overtourismus stellt Auswirkungen heraus, die sich in großen Teilen mit den Ergebnissen des semantischen Differentials aus Kapitel fünf decken. In Abbildung 15 werden alle Untersuchungsergebnisse grafisch dargestellt.

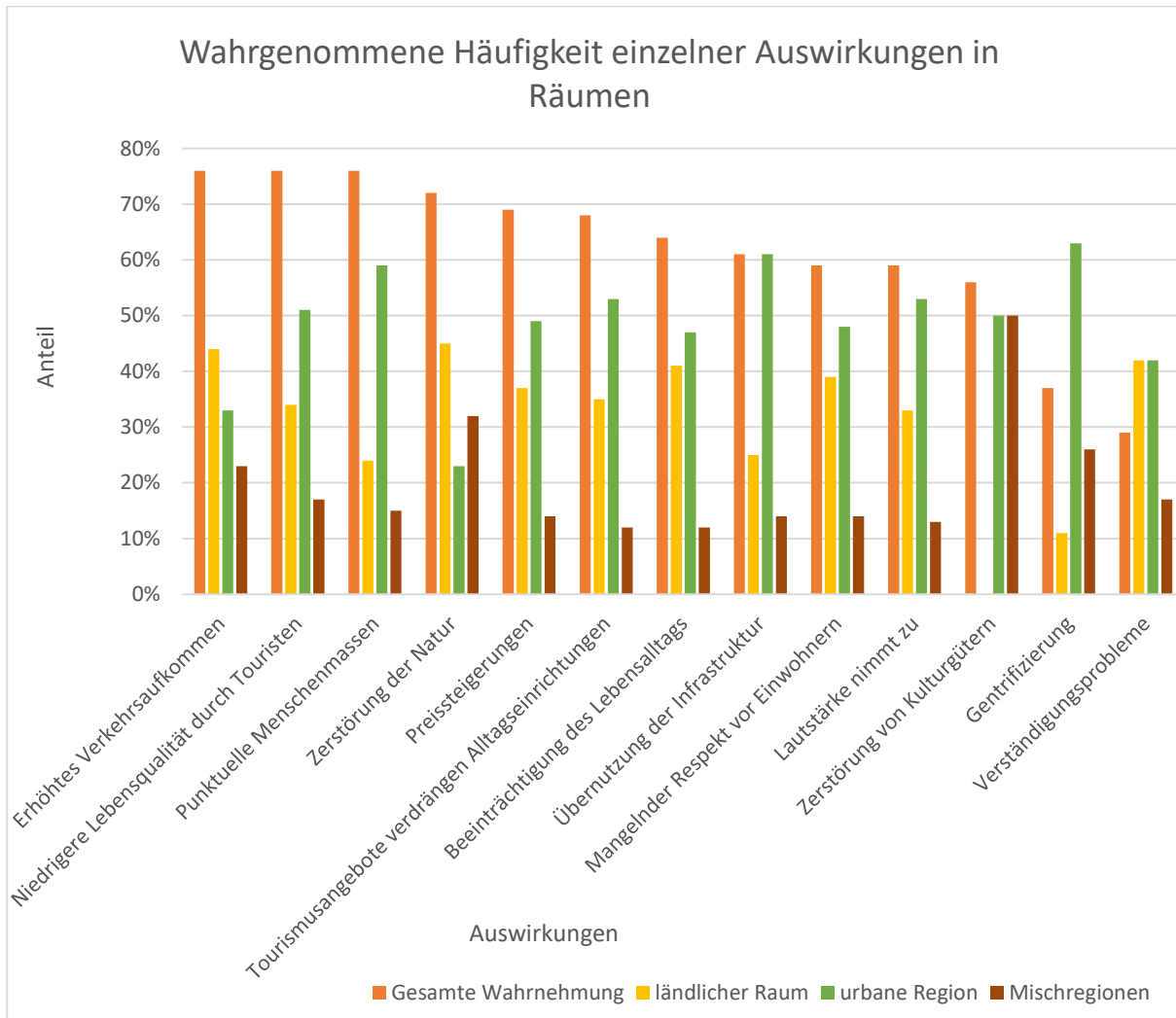


Abbildung 4: Wahrgenommene Häufigkeit einzelner Auswirkungen in Räumen

Quelle: Eigene Darstellung nach TourComm GmbH & CoKG 2018<sup>46</sup>

Mit einer allgemeinen Häufigkeit von 76% sind die Auswirkungen der punktuellen Häufung von Menschenmassen in der Destination, das erhöhte Verkehrsaufkommen, sowie die Senkung der Lebensqualität am deutlichsten wahrzunehmen. Die ersten beiden Punkte stimmen auch mit der Einwohnerbefragung in Heidelberg überein. Als Beispiel soll hier das erhöhte Verkehrsaufkommen mit 76% in urbanen Regionen erwähnt werden, verglichen mit Heidelberg wurden 3,7 von 5 Punkten erreicht, was einem Prozentsatz von 74 entspricht. Auch die punktuellen

<sup>45</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1 vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2 vgl. DESTINET 2017, S. 1 vgl. STEINECKE, A. 2011, S. 133

<sup>46</sup> vgl. TOURCOMM GmbH & CoKG 2018, S. 4ff.

Menschenmassen erreichen einen Wert von 76%, in Heidelberg 3,5 Punkte, was umgerechnet 70% entspricht.

Die Befragungsteilnehmer urbaner Regionen nehmen mit 61% vor allem die Übernutzung der Infrastruktur wahr und mit 63% eine zunehmende Gentrifizierung. Die Teilnehmer aus ländlichen Räumen bemerken mit 45% vor allem die Zerstörung der Natur und an zweiter Stelle mit 44% das erhöhte Verkehrsaufkommen. Den gleichen Wahrnehmungswert erreichen die Teilnehmer urbaner und ländlicher Regionen mit 42% bei den Verständigungsproblemen.

Aufgrund der unterschiedlichen Tourismusformen ergeben sich vor allem in der Häufung von Menschenmassen Differenzen zwischen urbanen und ländlichen Regionen. Ebenfalls interessant ist die Zuordnung der einzelnen Auswirkungen zur jeweiligen Belastungsdimension. In dieser Zuordnung wird deutlich, dass perzeptuelle Belastungen überwiegen.

### 6.2 Touristifizierung/Touristenkollaps

Der Begriff Touristifizierung, im Englischen *touristification*, knüpft an den anfangs definierten Massentourismus an. Er meint folglich die Entwicklung von Destinationen in Form von Städten oder einzelnen Stadtteilen, die sich aufgrund des Tourismus immer weiter von der ursprünglichen Identität entfernen und zunehmend den Wünschen, Vorstellungen und Bedürfnissen von Touristen anpassen.<sup>47</sup> Die Bundeszentrale für politische Bildung wertet den Vorgang als „Instrumentalisierung und Ausbeutung der Destination als Wohlfühlort und Ort für Erlebnisse“.<sup>48</sup> Indem Touristen das Authentische zu suchen, zerstören sie dies.<sup>49</sup> In Berlin wird in den Stadtteilen Mitte, Prenzlauer Berg, Kreuzberg und Neukölln von Touristifizierung gesprochen.<sup>50</sup>

### 6.3 Veränderung des Lebensraumes

Während besonders junge Touristen günstig und zentral untergebracht werden wollen, sind immer mehr Einwohner dazu bereit, ihren Wohnraum an Touristen zu vermieten. Dieser Vorgang wird Home- oder Roomsharing genannt und durch Onlineplattformen wie Airbnb oder wimdu ermöglicht. Für Berlin wird daher geschätzt, dass 90% der 12.000 Ferienwohnungen illegal vermietet werden, während 50.000 Wohnungen an ursprünglichem Wohnraum fehlen.<sup>51</sup>

Die am häufigsten wahrgenommene Auswirkung des Overtourismus in urbanen Regionen ist neben dem Eindringen in bestehende Wohngebiete mit 63% die Gentrifizierung.<sup>52</sup> Gentrifizierung, auch Gentrification oder Yuppisierung beschreibt einen Prozess, bei dem Stadtteile

---

<sup>47</sup> vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2002, o. S. vgl. RUDEK, B. 2018, S. 3 vgl. KRITGEO BERLIN 2013, o. S.

<sup>48</sup> BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2002, o. S.

<sup>49</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 103 vgl. RUDEK, B. 2018, S. 3

<sup>50</sup> vgl. KRITGEO BERLIN 2013, o. S. vgl. GUEVARA, G. 2018, S. 7

<sup>51</sup> vgl. ZDF 2017b, o. S.

<sup>52</sup> vgl. TOURCOMM GmbH & CoKG 2018

durch Aufwertungsmaßnahmen umstrukturiert werden und sich folglich auch die Einwohnersituation verändert, indem die bestehende Bevölkerung durch eine wohlhabendere Bevölkerung verdrängt wird (...).<sup>53</sup> Je mehr Raum der Tourismus einnimmt oder sich erschafft und je mehr sich die vorhandenen Angebote anpassen, desto weniger Raum und Angebote gibt es, die den Einwohnern vorbehalten sind.<sup>54</sup>

Durch diese Veränderung fühlen sich Einwohner häufig verdrängt und werden zunehmend verärgert, was zu verbaler oder körperlicher Missachtung von Touristen führen kann.<sup>55</sup> In ausgeprägten Fällen führen diese Umstände zu Gegenbewegungen in Form von Demonstrationen oder Protesten.<sup>56</sup> Michael Clancy definiert für diesen Zustand den Begriff Anti-Tourism.<sup>57</sup>

## 7 Situationsentwicklung unter Einbezug von Trends

### 7.1 Zusammenfassung der aktuellen Situation

In der vorliegenden Arbeit wurde herausgestellt, dass vor allem durch den zunehmenden Wohlstand, die allgemeine Verringerung der Arbeitszeit und den stetig ansteigenden Lebensstandard die Reisemöglichkeiten für die Bevölkerung steigen. Begünstigt wird der zunehmende Tourismus durch das zunehmende Angebot von Reiseverkehrsmitteln und Unterkünften, sowie die dadurch immer günstigeren Reisepreise. Auch die weltweiten Krisen, die eine Überfüllung des Mittelmeerraums zur Konsequenz haben, die wiederum Preisanstiege verursachen, begünstigen einen Urlaub in Deutschland, ebenso wie die Klimaerwärmung.

Dies führt dazu, dass Befragungsteilnehmer zu 47% Auswirkungen des Overtourismus an Nord- und Ostsee, 58% in internationalen Städten, 68% in historischen Städten und 76% an Attraktionen im ländlichen Raum wahrnehmen.

Speziell die Städte Frankfurt am Main, Stuttgart, Berlin und Heidelberg wurden in der Arbeit bereits in Hinblick auf die Gefährdung oder Betroffenheit von Overtourismus untersucht. Im Allgemeinen ist festzuhalten, dass Stuttgart mit einem GDIN von 24% tendenziell weniger vom Overtourismus betroffen ist als Frankfurt mit einem GDIN von 43%. Das Ergebnis nach der McKinsey Erhebung ergab eine Gefährdung von 62,86% für Heidelberg, ähnlich dem Ergebnis für Berlin mit 64,44%. Nach der Auswertung des semantischen Differentials lässt sich für Heidelberg allerdings nur noch eine Mindestbetroffenheit von 50% festlegen.

---

<sup>53</sup> vgl. BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH 2018f, o. S. vgl. DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK gGmbH 2018, o. S. vgl. BEUTELSBACHER, S. 2017, S. 1

<sup>54</sup> vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2002, o. S. vgl. KRITGEO BERLIN 2013, o. S.

<sup>55</sup> vgl. BOULDING, J. 2018, S. 4

<sup>56</sup> vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 2002, o. S. vgl. KRITGEO BERLIN 2013, o. S. vgl. DIE WELT 2017, S. 1

<sup>57</sup> vgl. CLANCY, M. 2018, S. 3

Neben vielseitigen Auswirkungen und Konsequenzen des Overtourismus haben speziell die Touristifizierung, Veränderung der Wohnsituation, sowie die Bildung kritischer Gruppierungen eine besondere Relevanz für Städte.

Um zukünftige Tourismusedwicklungen abschätzen zu können, werden im nächsten Kapitel Trends aufgeführt, die in Bezug auf vergangene Entwicklungen und die aktuelle Situation vorsichtige Prognosen ermöglichen. Da die Prognosen die bisherige Entwicklung abrunden sollen und keine weiteren Untersuchungen darauf basieren sollen, wird von einer genauen wissenschaftlichen Untersuchung abgesehen.

### 7.2 Internationale, Gesellschaftliche und Touristische Trends

Die Digitalisierung stellt einen Megatrend dar, der zur Verringerung der Arbeitszeit führen kann.<sup>58</sup> Bereits für 2020 wird eine Wochenarbeitszeit von 32 Stunden und 200 freie Urlaubstage prognostiziert.<sup>59</sup> Durch das größere Freizeitvolumen ergibt sich die Option zu häufigeren und längeren Urlauben, was den Overtourismus weiter fördern würde. Da vom Menschen hauptsächlich geistige Arbeit verlangt wird, bleibt der Wunsch nach einer sinnvollen Freizeitgestaltung und einer ausgeglichenen Work-Life Balance.<sup>60</sup>

Chatbots wie beispielsweise Alexa, Siri oder Cortana liefern eine oder mehrere auf den Nutzer angepasste Informationen, die weniger Entscheidungsspielraum lassen, als herkömmliche Social Media Plattformen.<sup>61</sup> Dass Destinationen Angebote gezielt über Chatboots bewerben können, indem sie gezielt über die gesuchten Treffer informieren, wird eine klare Profilierung immer wichtiger.<sup>62</sup> Durch das sogenannte Zielgruppen-Marketing können außerdem unerwünschte Touristengruppen optional auch vorübergehend ausgeschlossen werden.

Bis ein größeres Freizeitvolumen erreicht ist, wird sich der Trend des Zeitmangels weiterentwickeln und begründet den allgemeinen Wunsch nach schnelleren Transportmöglichkeiten mit größerer Kapazität.<sup>63</sup> Nachdem für das Jahr 2017 eine Kreuzfahrtpassagierzahl von 2,19 Millionen aus Deutschland verzeichnet wurde, werden für 2020 drei Millionen prognostiziert und ein Wachstum des Tourismusaufkommens vor allem an Hafenstädten kann erwartet werden.<sup>64</sup>

Die Trends Slow Travel und Natursehnsucht rücken Orte am Wasser, den Bergen oder Naturumgebenen Orten in den Fokus. Besonders Outdoor-Aktivitäten wie Wandern und Radfahren

---

<sup>58</sup> vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 23

<sup>59</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 28

<sup>60</sup> vgl. FREYER, W. 2015, S. 29

<sup>61</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S.

<sup>62</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S. vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE 2017, S. 10

<sup>63</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S. vgl. HANSER, K. 2018, S. 3

<sup>64</sup> vgl. HANSER, K. 2018, S. 4

erleben einen Aufschwung.<sup>65</sup> Diese These wird unter anderem durch den Boom des Premi-  
umwanderns unterstützt.<sup>66</sup>

Laut der Deutschen Zentrale für Tourismus werden außerdem zukünftig rund 20% des abso-  
luten Zuwachses an Ausländerübernachtungen den BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien  
und China zugeschrieben.<sup>67</sup> Besonders China und Indien werden das Übernachtungsaufkom-  
men aufgrund des stetig wachsenden Wohlstands verdreifachen.

### 7.3 Ableitung der zukünftigen Overtourismusentwicklung und dessen Chancen

Die Problematik des Overtourismus in Deutschland hält sich zum Untersuchungszeitpunkt in  
einem umgänglichen Rahmen. Aus den im letzten Kapitel ausgearbeiteten Trends sind Ten-  
denzen erkennbar, die auf Entwicklung in Richtung Overtourismus hindeuten. Erwartet wird  
eine Verdreifachung des Reiseaufkommens, was bei gleichbleibenden Rahmenbedingungen,  
die in Kapitel 6 beschriebenen Auswirkungen und Konsequenzen bedingt, was zu Unruhen in  
den Destinationen führen könnte. Durch Überfüllung und Übernutzung würde diese für Touris-  
ten an Attraktivität verlieren und abgewertet werden. Möglicherweise würde sich dieser Zu-  
stand vor allem über Medien verbreiten und zu einem Nachfragerückgang führen.

Abgemildert werden könnten die Folgen des Overtourismus durch den zunehmenden Wunsch  
einer sinnvollen Freizeitgestaltung und der zunehmenden Beliebtheit von nachhaltigen Ange-  
boten. Da nachhaltige Tourismusangebote häufig die Form von produzierbaren Attraktoren  
annehmen, ist deren Übernutzung ausgeschlossen.<sup>68</sup> Durch den Ausschluss der Menschen,  
die das Angebot übernutzen würden, ist die Abwanderung dieser Personen zu anderen Ange-  
boten allerdings eher denkbar, als das Absehen vom gesamten Urlaub. Wenn sich das Be-  
wusstsein durchsetzt, welche Konsequenzen übermäßiges Reisen hat und Touristen Alternativen  
in Erwägung ziehen, beispielsweise andere Möglichkeiten der Selbstverwirklichung und  
Sinnfindung, könnte das Tourismusausmaß verringert werden.

In Anlehnung an die Natursehnsucht infolge der Urbanisierung und des zunehmenden Zeit-  
mangels müssen zukünftig vor allem ländliche Destinationen reagieren. Neben den Attraktio-  
nen, die bereits heute oftmals überfüllt sind, könnten Menschen in die Natur gelenkt werden,  
da dort eine bessere Verteilung möglich ist als in Städten. Die Bedingungen dafür sind natür-  
lich die strenge Beachtung von Regelungen zum Naturschutz.

Durch die zunehmende Digitalisierung und die damit immer wichtiger werdende Profilierung  
ergibt sich außerdem die Chance, die eigene Destination soweit einzugrenzen, dass diese nur

---

<sup>65</sup> vgl. HUBER, J. 2018, o. S. vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2

<sup>66</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 2

<sup>67</sup> vgl. DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS e.V. 2014, S. 3

<sup>68</sup> vgl. LETZNER, V. 2014, S. 103

noch für ein bestimmtes Segment interessant ist. Außerdem könnte die Zahl der Wettbewerbs- teilnehmer erhöht werden, möglicherweise durch bundes- oder landesweite Tourismusförde- rung von Destinationen, die bislang unbeteiligt waren. Durch die breitere Touristenverteilung würden mehrere Orte vom Tourismus und seiner Wertschöpfung profitieren. Der punktuelle Overtourismus könnte so verteilt, entzerrt und für das Allgemeinwohl verwendet werden. Ziel ist schließlich der stetige touristische Nutzen für Besucher und Einheimische und die Erhaltung der Wertschöpfungskette, ohne dass Nachteile entstehen.

## 8 Umgang mit Overtourismus

### 8.1 Allgemeine Lösungsstrategien

Eine Destination und deren Einwohner sollen durch die Wertschöpfung vom Tourismus profi- tieren. In der Idee der Tourismusarbeit steckt somit vordergründig der Zugewinn in jeglichen Lebensbereichen für die Einwohner. Vor diesem gemeinnützigen Hintergrund ist es für Tou- rismusmanager wichtig, diesen Sachverhalt zu verfolgen und Entscheidungen zu Gunsten der Einwohner anstatt der Touristen zu treffen.<sup>69</sup> Aus der vorliegenden Arbeit wird ersichtlich, dass sowohl jede Destination in einem anderen Ausmaß vom Overtourismus betroffen ist, als auch die Betroffenheit selbst eine Individuelle ist.<sup>70</sup> Im Allgemeinen gibt es daher keine einheitliche Lösung, die bei der Problematik angewendet werden kann.<sup>71</sup> Eine ideale Strategie kann in Kooperation der internationalen Reiseindustrie mit dem Management der betroffenen Destina- tionen erfolgen.<sup>72</sup> Dieses Kapitel soll einen Überblick darüber geben, welche Lösungsstrate- gien es gibt um Overotourismus einzugrenzen. Erst nachdem eine Vielfalt an Möglichkeiten analysiert wurden, können in Kapitel 8.3 geeignete Maßnahmen für Deutschland gefunden werden. Overtourismus als regionales und saisonales Problem kann durch Entzerrung gemil- dert werden, indem Besucher räumliche und zeitlich gelenkt werden:<sup>73</sup>

- Anpassung innerörtlicher Straßenführung und Parkplätze außerhalb der Stadt mit guter Verkehrsanbindung und Fußwegen
- Abstimmung der Anlegezeiten von Passagierschiffen<sup>74</sup>
- Angebote zu ausgewählten Zeiträumen und Orten
- Differenzierung der Routen und Zeiträumen von Stadtführungen<sup>75</sup>
- Einführung von Apps die über die Frequentierung von Attraktionen informieren und gleichzeitig Angebote im Umland bewerben<sup>76</sup>

---

<sup>69</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 7

<sup>70</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, S. 7

<sup>71</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, S. 7

<sup>72</sup> vgl. DESTINET 2017, S. 2

<sup>73</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, S. 7 vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1 vgl. PFINGST, I. 2018, S. 18

<sup>74</sup> vgl. RUDEK, B. 2018, S. 4

<sup>75</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1

<sup>76</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, o. S. vgl. PMG PRESSE-MONITOR GMBH 2018, S. 7

- Angebote zu Car- und Bikesharing<sup>77</sup>
- Angebotsbezogene oder preisliche Steuerung<sup>78</sup>

Ungewünschte Konsequenzen oder Verhaltensweisen können vermieden werden, indem Gesetze und Regelungen kommunal oder von den betroffenen Stellen erlassen werden.<sup>79</sup>

- Limitierungen, Beschränkungen oder Sperrungen können zu Lärm-, Naturschutz oder Preisstabilität dienen<sup>80</sup>
- Preispolitik und Zielgruppen-Marketing zur Einschränkung von Interessensgruppen
- Vermittlung von Regeln und Werten durch Marketing zur Schaffung von Bewusstsein
- Maßnahmen im Binnenmarketing für den Einklang von Tourismus und Einwohnern<sup>81</sup>

### 8.2 Bisheriger Umgang mit Overtourismus

Zahlreiche internationale Konferenzen haben sich bereits ab 1980 mit der Tourismusedwicklung beschäftigt und Regeln, Werte und Normen für die Tourismusarbeit aufgestellt, die auch Auswirkungen auf die Tourismusarbeit in Deutschland haben. Neben der UNWTO gibt es viele Destinationen oder Reiseveranstalter, die die Problematik des unverträglichen Tourismus erfasst haben und Angebote für einen nachhaltigen, verträglichen Tourismus oder alternatives Reisen schaffen. In Deutschland sind dies vor allem Destinationen wie der Naturpark Schwarzwald, autofreie Inseln, Biohotels, sowie die Möglichkeit Flüge mit einem Emissionsausgleich zu begleichen, indem bezogen auf die Strecke ein prozentualer Preis anfällt, der den Anbau von Bäumen ermöglicht und soziale Projekte unterstützt.<sup>82</sup> 1998 wurde beispielsweise der Verein forumandersreisen e.V. gegründet, der mittlerweile 130 Reiseveranstalter im Ziel der Nachhaltigkeit vereint.

Vorfälle wie in den aufgezeigten klassischen Overtourismusstädten Barcelona, Venedig, Dubrovnik etc. sind für Deutschland nicht bekannt, trotzdem findet das Thema auch in deutschen Destinationen Anklang und wird zunehmend auf Kongressen und Tagungen thematisiert. Pressemeldungen und Diskussionen bewegen das Thema allmählich in die Mitte der Gesellschaft. Recherchen und Analysen erwecken allerdings eher den Eindruck, als würde das Thema allgemein diskutiert werden. Aus taktischen Gründen ist es für einzelne Destinationen vermutlich besser, das Thema eher stillschweigend zu lösen, um die Emotionen der Bürger nicht zu verstimmen und Unruhen weiterhin zu vermeiden. 50% der an der TourComm-Befragung beteiligten Personen, die für Tourismusorganisationen arbeiten haben bereits Maßnahmen gegen Overtourismus ergriffen, dabei gibt es keinen Unterschied zwischen Stadt und

---

<sup>77</sup> vgl. LEHNEN, E. 2018, o. S.

<sup>78</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 1

<sup>79</sup> vgl. DESTINET 2017, S. 2

<sup>80</sup> vgl. SCHMUDE, J. 2018, S. 11

<sup>81</sup> vgl. PFINGST, I. 2018, S. 18 vgl. PFINGST, I. 2018, S. 27f.

<sup>82</sup> vgl. MYCLIMATE DEUTSCHLAND gGmbH 2018, o. S.



Land. Die häufigsten Maßnahmen sind die positiven Aspekte des Tourismus an Einwohner zu vermitteln, eine Spezifizierung des Marketings zur Konzentration auf erwünschte Zielgruppen, sowie die Verlagerung von Saisonzeiten.<sup>83</sup>

### 8.3 Ableitung geeigneter Maßnahmen für Deutschland

Für Destinationen besteht die Chance, die jetzige Situation zu erfassen und in einen Gesamtkontext zu bringen, um die jeweiligen Auswirkungen abschätzen zu können. Da die Auswirkungen und der Umgang der Einwohner mit der Problematik wie in Kapitel 5.1 beschrieben für jede Destination unterschiedlich sind, sollte sich jede Destination selbst intensiv mit der eigenen Situation auseinandersetzen. Der Austausch mit anderen Destinationen ist aufgrund möglicher Überschneidungen auf jeden Fall wünschenswert und hilfreich. Neutralität ist in einer so emotional aufgeladenen Thematik wie dem Overtourismus durchaus konstruktiv und wichtig.

Konkret liegen Analysen von vier Städten hinsichtlich des vorhandenen Overtourismus vor. Die ausgearbeiteten Problematiken sollen nun kurz aufgegriffen und folglich Lösungsmaßnahmen dafür gefunden werden.

In Frankfurt sollten mit 54% erreichten Punkten unbedingt Verbesserungen in den Punkten Nachhaltigkeitsbewusstsein und der -leistung durchgeführt werden, indem folgende Möglichkeiten aufgezeigt, diskutiert und beworben werden: Die Möglichkeit, qualitativ hochwertiges aber überflüssiges Essen an Tafeln oder Bedürftige zu spenden, Regelungen zur Mülltrennung, Recycling und Methoden zur Müllvermeidung, sowie den Ausbau von Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs vor allem bei Großveranstaltungen oder das Einrichten von Segway-, Leih- oder Mietfahrradstationen. Wichtig ist in allen Punkten die Unterstützung von Tourismusorganisationen.

Für Berlin und Heidelberg wurde durch die McKinsey Methode die Gefährdung des kulturellen Erbes als größtes Problem herausgestellt. Neben Limitierungen der Eintrittskarten liegen weitere Optionen darin, die Besucher über die Auslastung zu informieren und umzuleiten, beispielsweise über die Homepage oder die jeweilige App.

Während sich in Berlin eine hohe Besucher-Saisonalität anschließt, die mit einer Angebotssteuerung entzerrt werden kann indem besondere Angebote in auslastungsschwachen Monaten geschaffen werden, ist in Heidelberg die Besucherkonzentration an Top-Attraktionen eines der beiden größten Probleme. Entzerrt werden kann hier beispielsweise durch Kombitickets, wodurch sich die Aktionsfläche vergrößert und die Konzentration abnimmt.

Im semantischen Differential bemängelten Heidelberger die Diversität des Einzelhandels und die vielen Touristenshops. Abhilfe schaffen könnte eine klare Definition von Touristenshops,

---

<sup>83</sup> vgl. PFINGST, I. 2018, S. 19ff.



auf deren Grundlage ein bestimmter Anteil gesetzlich festgelegt wird. Alternativ könnten Vorteile für regionale Einzelhändler geschaffen werden, wie beispielsweise ein Mietpreiszuschuss oder Steuervergünstigungen für willkommene Einzelhändler.

Die strapazierte Verkehrsinfrastruktur die sich durch übernutzte Straßen und die angespannte Parksituation bemerkbar macht, könnte durch die Erhebung einer City-Maut abgemildert werden, ebenso wie die Vergünstigung öffentlicher Verkehrsmittel.

## 9 Fazit und Ausblick

Overtourismus stellt sich als ein Phänomen heraus, das durch unterschiedliche und umfassende globale Zusammenhänge entsteht. Vertieft werden können vor allem Themen der Weltpolitik und -wirtschaft, Psychologie, Soziologie und deren Einfluss auf Overtourismus. Die Arbeit gibt folglich einen ersten Einblick in das Thema und zeigt erste Entstehungsfaktoren auf, weshalb sie als Arbeitsgrundlage dienen kann, den Overtourismus in seiner Komplexität noch intensiver zu erforschen. Einzelne Destinationen unterscheiden sich sowohl in der touristischen Entwicklung als auch in der Betroffenheit, weshalb die Frage, inwieweit Deutschland aktuell vom Overtourismus betroffen ist, nur bedingt geklärt werden kann. Das Thema unterliegt ständigen Veränderungen, weshalb der Überblick schwer zu wahren ist. Die Abhängigkeit von journalistischen Medien aufgrund der Aktualität des Themas bedingt diese Schwierigkeit, da sie in der Regel nicht wissenschaftlich recherchiert wurden und vor allem für die Gegenwart aktuell sind.

Eine weitere Herausforderung liegt darin, das noch sehr neue Thema Overtourismus in Zahlen zu fassen und Instrumente zu finden, die eine selbstständige, vollständige, korrekte und zuverlässige Erfassung garantieren. Selbst die Anwendung der McKinsey & Company Methode konnte im vorgesehenen Zeitraum nur für zwei Städte durchgeführt werden. Es ist außerdem zu beachten, dass die Messzahlen der jeweiligen Institutionen zwar begründet sind, jedoch schwierig mit der Wahrnehmung vereinbart werden können. Die Mentalitäten der Menschen lassen eine unterschiedliche Empfindung vermuten, während die Messzahlen statisch sind und für jede Destination gleich gewichtet werden.

Bei der Anwendung der McKinsey Methode fehlten außerdem die Zahlen des Tourismusanteils am BIP, sowie der Anteil der Beschäftigten im Tourismus für Heidelberg, da selbst die Nachfrage beim Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft erfolglos blieb. Die Methode des semantischen Differentials lief dagegen erfolgreich ab und konnte den Sachverhalt in Heidelberg differenziert herausstellen, ebenso wie die Wahrnehmungsunterschiede von Touristen und Einwohnern.

In der Diskussion um Overtourismus scheint es, als werden vor allem die Konsequenzen beleuchtet, von denen sich Menschen gestört fühlen. Wie die Auswirkungen auf langfristige Sicht

hin das gesamte Ökosystem verändern und folglich auch das Leben auf der Erde, ist kaum vorhersehbar und tritt in der Debatte eher hinter die gesellschaftlichen Auswirkungen. Über die zukünftige Weiterentwicklung des Overtourismus auf Grundlage von Trends kann nur spekuliert werden, da das Eintreten unterschiedlicher Situationen und somit der tatsächlichen Zukunft ungewiss ist. Tendenziell ist festzuhalten, dass in Zukunft auch in Deutschland mit Overtourismus gerechnet werden muss.

Fest steht, dass Overtourismus als ein sehr umfangreiches Thema zu behandeln ist, das von unterschiedlichen Komponenten abhängt und sich daher je nach Destination in den Auswirkungen und dem jeweiligen Umgang damit unterscheidet. Die richtige Kombination der aufgeführten Lösungsansätze muss daher für jede Destination einzeln herausgestellt werden. Die in der Arbeit auf- und durchgeführten Methoden können den einzelnen Destinationen dienen, um eine potenzielle Gefährdung zu erkennen und gegebenenfalls vorzubeugen. Deutlich wurde, dass das Thema Overtourismus ernst genommen werden muss, um die Kontrolle zu behalten und Zerstörung von Orten und Natur, sowie der Beeinträchtigung des gesellschaftlichen Zusammenlebens vorzubeugen.

Eine Auseinandersetzung mit den Problemen, die möglicherweise schon heute auftreten oder sich ankündigen ist unbedingt notwendig. Ebenso wie das Überdenken zukünftiger Szenarien und die Beantwortung der Fragen: Welche Zielgruppen werden in Zukunft zunehmen? Welche Kapazitäten können sinnvoll erweitert werden und wo ist bereits heute die Kapazitätsgrenze erreicht, beispielsweise in Hinblick auf Verkehrsinfrastruktur, Unterbringung und welche Alternativen gibt es? Welche Orte werden betroffen sein und wie kann von diesen Orten abgelenkt oder verlagert werden? Welche Konflikte sind vorhersehbar und wie kann der Tourismus in Einklang mit den Bewohnern gebracht werden?

Diese Fragen veranschaulichen nur Ansätze der bisher bekannten Problematiken und sollten geklärt werden, bevor weitere unvorhergesehene Schwierigkeiten auftreten. Jede Destinationsorganisation sollte sich ihrer Verantwortung bewusst sein, um angemessen reagieren zu können, falls sich der Tourismus zu Overtourismus entwickelt. Das Ziel sollte sein, den Tourismus weiterhin in einem Ausmaß aufrechtzuerhalten, sodass er der Region und den Einwohnern als Mehrwert zu Gute kommt. Die Auseinandersetzung einzelner Destinationen mit Overtourismus bietet aufgrund des engen Zusammenhangs mit der Nachhaltigkeit außerdem eine gute Gelegenheit, die Nachhaltigkeit der aktuellen Tourismusarbeit in der Destination zu hinterfragen und über Projekte nachzudenken, die die negativen Effekte des Reisens eindämmen. Die Entwicklung zu einem nachhaltigen Tourismus scheint hoch gegriffen, jedoch würde dieser verhindern, dass der Tourismus zerstört, was er sucht und besondere Orte blieben der Menschheit noch lange erhalten.

## Quellenverzeichnis

### ***Gesamtverzeichnis der Bachelorarbeit, daher ausführliches Quellen- und Literaturverzeichnis!***

- AMT FÜR STADTENTWICKLUNG UND STATISTIK (2016): Heidelberger Statistik. Heidelberg. [www.heidelberg.de/site/Heidelberg\\_ROOT/get/documents\\_E1766914029/heidelberg/Objektdatenbank/12/PDF/12\\_pdf\\_HeidelbergerStatistik.pdf](http://www.heidelberg.de/site/Heidelberg_ROOT/get/documents_E1766914029/heidelberg/Objektdatenbank/12/PDF/12_pdf_HeidelbergerStatistik.pdf). (12.06.2018).
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2018): Tourismus in Berlin: Übernachtungen im Jahr 2017 leicht über Vorjahresniveau. Potsdam. [www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2018/18-02-26.pdf](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2018/18-02-26.pdf). (12.06.2018).
- ANONYM, Mitarbeiter des Museums für Völkerkunde Heidelberg. Persönliches Gespräch am 16.06.2018.
- BACHLEITNER, R./ PENZ, O. (2000): Massentourismus und sozialer Wandel. Tourismuseffekte und Tourismusfolgen in Alpenregionen. München.
- BEUTELSBACHER, S. (2017): Das Land der Gangs wird zum Kiez der Millennials. Gentrifizierung in den Bronx. [www.welt.de/finanzen/immobilien/article170324223/Das-Land-der-Gangs-wird-zum-Kiez-der-Millennials.html](http://www.welt.de/finanzen/immobilien/article170324223/Das-Land-der-Gangs-wird-zum-Kiez-der-Millennials.html). (10.07.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018a): Duden. Onlinewörterbuch. Overtourismus. [www.duden.de/suchen/dudenonline/overtourismus](http://www.duden.de/suchen/dudenonline/overtourismus). (30.04.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018b): Duden. Onlinewörterbuch. Tourismus. [www.duden.de/rechtschreibung/Tourismus](http://www.duden.de/rechtschreibung/Tourismus). (30.04.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018c): Duden. Onlinewörterbuch. Massentourismus. [www.duden.de/rechtschreibung/Massentourismus](http://www.duden.de/rechtschreibung/Massentourismus). (01.05.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018d): Duden. Onlinewörterbuch. Quantitativ. [www.duden.de/rechtschreibung/quantitativ](http://www.duden.de/rechtschreibung/quantitativ). (13.06.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018e): Duden. Onlinewörterbuch. Trend. [www.duden.de/rechtschreibung/Trend](http://www.duden.de/rechtschreibung/Trend). (01.05.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018f): Duden. Onlinewörterbuch. Gentrifizierung. [www.duden.de/rechtschreibung/Gentrifizierung](http://www.duden.de/rechtschreibung/Gentrifizierung). (19.06.2018).
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2018g): Duden. Onlinewörterbuch. Sozio-kulturell. [www.duden.de/rechtschreibung/soziokulturell](http://www.duden.de/rechtschreibung/soziokulturell). (01.06.2018).

- RUDEK, Björn, Geschäftsführer Historic Highlights of Germany. Telefonisches Interview am 23.02.2018.
- BOMBARDING, Jana, Leitung der Tourist-Info Albstadt. Persönliches Gespräch am 27.07.2018
- BOULDING, J. (2018): Line-up, line-up. Overtourism a sign of times. - In: CanadianBOULDING, J. 2018, Jg. 2018, H.15/50, o. S.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE (2017): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. (Ergebnisbericht). München.
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (2002): Tourismus und Nachhaltigkeit. [www.bpb.de/apuz/25895/tourismus-und-nachhaltigkeit?p=all](http://www.bpb.de/apuz/25895/tourismus-und-nachhaltigkeit?p=all). (19.06.2018).
- CLANCY, M. (2018): The dynamics of anti-tourism. Part 1: Problems, concepts and solutions. Universität Hartford. Vortrag Eurac Research in Bozen, 13.03.2018.
- COMUTO SA (2018): blablacar. [www.blablacar.de/ride-sharing/stuttgart/hamburg/?fn=Stuttgart%2C+Deutschland&fc=48.7758459%7C9.1829321&fcc=DE&fp=0&tn=Hamburg%2C+Deutschland&tc=53.5510846%7C9.9936819&tcc=DE&tp=0&db=08.06.2018&sort=trip\\_date&order=asc&limit=10&page=1&v=default&s\\_uuid=353480e1-f3f6-402c-b6ac-86b423e51c35](http://www.blablacar.de/ride-sharing/stuttgart/hamburg/?fn=Stuttgart%2C+Deutschland&fc=48.7758459%7C9.1829321&fcc=DE&fp=0&tn=Hamburg%2C+Deutschland&tc=53.5510846%7C9.9936819&tcc=DE&tp=0&db=08.06.2018&sort=trip_date&order=asc&limit=10&page=1&v=default&s_uuid=353480e1-f3f6-402c-b6ac-86b423e51c35). (02.06.2018).
- DESTINET (2017): Overtourism. Wenn Touristen unerwünscht sind. [www.destinet.de/meldungen/menschen-management/statistik-benchmarks/5773-overtourism-wenn-touristen-unerw%C3%BCnscht-sind](http://www.destinet.de/meldungen/menschen-management/statistik-benchmarks/5773-overtourism-wenn-touristen-unerw%C3%BCnscht-sind). (14.02.2018).
- DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS E.V. (2014): DZT Prognose 2030 für das Deutschland-Incoming. Chancen für das Wachstum erkennen! Frankfurt am Main.
- DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK GGMBH (2018): Was ist eigentlich Gentrifizierung? [www.difu.de/publikationen/difu-berichte-42011/was-ist-eigentlich-gentrifizierung.html](http://www.difu.de/publikationen/difu-berichte-42011/was-ist-eigentlich-gentrifizierung.html). (19.06.2018).
- DIE WELT (2017): Jetzt kommt die Obergrenze für Touristen. [www.welt.de/wirtschaft/article171947439/Overtourism-Reiseziele-wehren-sich-mit-Obergrenze-gegen-Touristen.html](http://www.welt.de/wirtschaft/article171947439/Overtourism-Reiseziele-wehren-sich-mit-Obergrenze-gegen-Touristen.html). (27.12.2017).
- DOBEL, S. (2018): Tourismus treibt Belastung hoch. - In: Schwarzwälder Bote, 16.06.2018, o. S.

- ERBER, Klaus, 1. Vorsitzender, Deutsches Wanderinstitut. Telefonisches Interview am 13.07. 2017.
- EUROPEAN COMMISSION (2018): Growth. Internal Markets. Industry. Entrepreneurship and SME´s. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. [www.ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators\\_en](http://www.ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en). (02.05.2018).
- FORUM ANDERS REISEN E.V. (2015): Es geht um die Welt. [www.forumandersreisen.de/ueber-uns/philosophie/](http://www.forumandersreisen.de/ueber-uns/philosophie/). (13.05.2018).
- FREYER, W. (2015): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 11. Aufl., Berlin u. a.
- GEISLER, R. (o. J.): Entwicklung zur Dienstleistungsgesellschaft. [www.europe.hkbu.edu.hk/euro3120texts/wand-mat/geisler.htm](http://www.europe.hkbu.edu.hk/euro3120texts/wand-mat/geisler.htm). (15.06.2018).
- GLOBAL DEVELOPMENT SUSTAINABILITY INDEX (2018a): About the GDS-Index. Global Development Sustainability Index. [www.gds-index.com/about/](http://www.gds-index.com/about/). (02.05.2018).
- GLOBAL DEVELOPMENT SUSTAINABILITY INDEX (2018b): Index. How it works. Global Development Sustainability Index. [www.gds-index.com/how-it-works/](http://www.gds-index.com/how-it-works/), (02.05.2018).
- GLOBAL TRAVEL INDUSTRY NEWS (2017): International travel industry needs new strategies to manage "overtourism". [www.eturbonews.com/172874/international-travel-industry-needs-new-strategies-manage-overtourism](http://www.eturbonews.com/172874/international-travel-industry-needs-new-strategies-manage-overtourism). (01.05.2018).
- GOEURO CORP. (2018): Go euro. Stuttgart-Hamburg. [www.goeuro.de/travel-search2/results/910788619/train?v=wa\\_dw\\_newtab:on](http://www.goeuro.de/travel-search2/results/910788619/train?v=wa_dw_newtab:on). (02.06.2018).
- GÖTZE, W./ DEUTSCHMANN, C./ LINK, H. (2014): Statistik. Lehr- und Übungsbuch mit Beispielen aus der Tourismus- und Verkehrswirtschaft. 2. Aufl., München.
- GREEN DESTINATIONS (2017): Green Destinations Standard. A GSTC-Recognised tool for destination sustainability. [www.greendestinations.org/green-destinations-standard/](http://www.greendestinations.org/green-destinations-standard/). (02.05.2018).
- GUEVARA, G. (2018): Tackling Overtourism at Destinations. World Travel and Tourism Council. Vortrag ITB in Berlin, 08.03.2018.
- HANSER, K. (2018): Beam mich in den Urlaub. - In: Welt am Sonntag, 11.03.2018, S. 74.
- HECK, S. (2018): Tourismus im ländlichen Raum. Wegen Überfüllung geschlossen?! Lösungsansätze zum Umgang mit „Overcrowding“. [www.bte-tourismus.de/bte-2-0/blog-tourismus-laendlicher-raum/details/33](http://www.bte-tourismus.de/bte-2-0/blog-tourismus-laendlicher-raum/details/33). (09.05.2018).
- HOMESHARING.BERLIN (2018). Berlin. [www.homesharing.berlin/ueber-uns/](http://www.homesharing.berlin/ueber-uns/). (20.06.2018).

- HUBER, J. (2018): Der Gast von morgen. Trends. Zukunftsinstitut Frankfurt. Vortrag CMT in Stuttgart, 15.01.2018.
- INDUSTRIE- UND HANDWERKSKAMMER NÜRNBERG UND MITTELFRANKEN (2015): Lexikon der Nachhaltigkeit. Sanfter Tourismus. [www.nachhaltigkeit.info/artikel/sanfter\\_tourismus\\_2008.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/sanfter_tourismus_2008.htm). (12.05.2018).
- INVIA FLIGHTS GERMANY GMBH (2018): Stuttgart-Hamburg. [www.fluege.de/flight/encodes/sFlightInput/05007d682b0b19ee305091f66c9e8818/](http://www.fluege.de/flight/encodes/sFlightInput/05007d682b0b19ee305091f66c9e8818/). (02.06.2018).
- IWCONSULT (2017): Heidelberg im Städteranking 2017. Zentrale Ergebnisse. [www.iwconsult.de/fileadmin/user\\_upload/downloads/public/pdfs/Staedteranking2017/Heidelberg.pdf](http://www.iwconsult.de/fileadmin/user_upload/downloads/public/pdfs/Staedteranking2017/Heidelberg.pdf). (12.06.2018).
- JÄTZOLD, Wolfgang, Vorsitzender Förderverein Wandercent e.V. Telefonisches Interview am 19.07.2018
- KARRIEREBIBEL (2018): Bedürfnispyramide: Definition und Nutzen. [www.karrierebibel.de/beduerfnispyramide-maslow/](http://www.karrierebibel.de/beduerfnispyramide-maslow/). (02.06.2018).
- KAYAK (2018): swoodo. Stuttgart-Hamburg. [www.swoodo.com/flights/STR-HAM/2018-06-08?sort=price\\_a](http://www.swoodo.com/flights/STR-HAM/2018-06-08?sort=price_a). (02.06.2018).
- KRITGEOBERLIN (2013): Kritische Geographie Berlin. Just another Critical Geography Group. [www.kritische-geographie-berlin.de/?page\\_id=156](http://www.kritische-geographie-berlin.de/?page_id=156). (19.06.2018).
- LANDESANSTALT FÜR UMWELT BADEN-WÜRTTEMBERG (2016a): Jahreswerte 2016. Ergebnisse für Stickstoffdioxid, Ozon und die gravimetrischen Feinstaub PM10/PM2,5-Auswertungen. [www.lubw.baden-wuerttemberg.de/documents/10184/452615/Jahreswerte\\_2016\\_NO2\\_O3\\_PM10\\_PM25.pdf](http://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/documents/10184/452615/Jahreswerte_2016_NO2_O3_PM10_PM25.pdf). (13.06.2018).
- LANDESANSTALT FÜR UMWELT BADEN-WÜRTTEMBERG (2016b): Jahreswerte 2017. Ergebnisse für Stickstoffdioxid, Ozon und die gravimetrischen Feinstaub PM10/PM2,5-Auswertungen. [www.lubw.baden-wuerttemberg.de/documents/10184/452615/Jahreswerte\\_2016\\_NO2\\_O3\\_PM10\\_PM25.pdf](http://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/documents/10184/452615/Jahreswerte_2016_NO2_O3_PM10_PM25.pdf). (13.06.2018).
- LEHNEN, E. (2018): Massentourismus. Wie Europas Städte gegen Überfüllung kämpfen. - In: Spiegel Online, 09.03.2018, S. 7.
- LEOS WÖRTERBÜCHER (2018): Cvertourismus. [www.dict.leo.org/englisch-deutsch/over-tourismus](http://www.dict.leo.org/englisch-deutsch/over-tourismus). (30.04.2018).
- LETZNER, V. (2014): Tourismusökonomie. Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen. 2. Aufl., Berlin.

- MCKINSEY& COMPANY (2017): Managing Overcrowding in Tourism Destinations. Coping with success managing overcrowding in tourism destinations. o. O.
- MERTEN, T. (o. J.): Touristen sind immer die anderen. Interview mit Dirk Schümer. [www.geo.de/reisen/reisewissen/1851-rtkl-interview-touristen-sind-immer-die-anderen](http://www.geo.de/reisen/reisewissen/1851-rtkl-interview-touristen-sind-immer-die-anderen). (01.06.2018).
- MUNDT, J.- W. (2013): Tourismus. Definition und Erfassung des Tourismus. 4. Aufl., München.
- MYCLIMATE DEUTSCHLAND gGmbH (2018): My climate Deutschland. [www.de.myclimate.org/de/](http://www.de.myclimate.org/de/). (10.07.2018).
- PFINGST, I. (2018): Störfaktor Tourist. Tourismusagentur TourComm. Vortrag ITB in Berlin, 08.03.2018.
- PMG PRESSE-MONITOR GMBH (2018): Europas Städte suchen Mittel gegen "Overtourism". - In: cash, 18.03.2018, S. 7.
- PONS GMBH (2018a): Pons Onlinewörterbuch. Overtourismus. [www.de.pons.com/%C3%BCbersetzung?q=overtourism&l=deen&in=&lf=de](http://www.de.pons.com/%C3%BCbersetzung?q=overtourism&l=deen&in=&lf=de). (30.04.2018).
- PONS GMBH (2018b): Pons Onlinewörterbuch. Kapazität. Stuttgart. [www.de.pons.com/%C3%BCbersetzung/deutsche-rechtschreibung/Kapazit%C3%A4t](http://www.de.pons.com/%C3%BCbersetzung/deutsche-rechtschreibung/Kapazit%C3%A4t). (08.05.2018).
- PROJECT M GMBH (2016): Touristischer Masterplan Albstadt: Evaluierung. (Bericht).
- REGIERUNGSPRÄSIDIUM HEIDELBERG (2017): Luftreinhalteplan Heidelberg. Auswirkungen weiterer Maßnahmen auf die Luftmessstation Spotmessstelle "Heidelberg Mittermeierstraße". Ingenieurbüro Lohmeyer, Karlsruhe. (Maßnahmenplan)
- RUDEK, Björn, Geschäftsführer Historic Highlights of Germany. Telefonisches Interview am 23.02.2018.
- SCHMUDE, J. (2018): Was Gäste wollen. Veränderte Nachfrage heute und morgen. Universität München. Vortrag Destination Camp in Hamburg, 26.05.2018.
- SENATSWERWALTUNG FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE UND BETRIEBE (2018): Tourismus. Tourismus in Zahlen. [www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft/branchen/tourismus/tourismus-in-zahlen/](http://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft/branchen/tourismus/tourismus-in-zahlen/). (12.06.2018).
- SPEKTRUM DER WISSENSCHAFT VERLAGSGESELLSCHAFT MBH (2001): Lexikon der Geographie. Massentourismus. [www.spektrum.de/lexikon/geographie/massentourismus/4957](http://www.spektrum.de/lexikon/geographie/massentourismus/4957). (01.05.2018).

- SPIEGEL ONLINE GMBH (2018): Urlaub versus Fremdenverkehr. Wer in Deutschland kann Tourismus? [www.spiegel.de/reise/deutschland/wo-tourismus-in-deutschland-funktioniert-a-1110117.html](http://www.spiegel.de/reise/deutschland/wo-tourismus-in-deutschland-funktioniert-a-1110117.html). (11.05.2018).
- SPRINGER GABLER (2018): Gabler Wirtschaftslexikon. Trends. [www.wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/trend-50522](http://www.wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/trend-50522). (01.05.2018).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2018): Ankünfte und Übernachtungen. [www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/Tabellen/AnkuenfteUebernachtungenBeherbergung.html#Fussnote1](http://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/Tabellen/AnkuenfteUebernachtungenBeherbergung.html#Fussnote1). (13.05.2018).
- STATISTISCHES LANDESAMT (2018): Tourismus und Gastgewerbe. Tourismus. [www.statistik-bw.de/GesamtwBranchen/VGR/20013001.tab?R=KR221](http://www.statistik-bw.de/GesamtwBranchen/VGR/20013001.tab?R=KR221). (20.05.2018).
- STEINECKE, A. (2011): Tourismus. 2. Aufl., Braunschweig.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG GMBH (2018): Overtourism ist die Kehrseite unserer Reisefreiheit. Interview mit Torsten Kirstges. [www.sueddeutsche.de/news/leben/tourismus-experte-overtourism-ist-die-kehrseite-unserer-reisefreiheit-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-180131-99-880467](http://www.sueddeutsche.de/news/leben/tourismus-experte-overtourism-ist-die-kehrseite-unserer-reisefreiheit-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-180131-99-880467). (10.07.2018).
- TEMSCH, J. (2018): Reise-Rekordsommer. Invasion der Touristen. - In: Süddeutsche Zeitung, 02.09.2018, o. S.
- TOURCOMM GMBH& CO KG (2018): Overtourism in Deutschland. Zusammenfassung der Ergebnisse der Umfrage zum Thema. Weinheim.
- TOURISM WATCH INFORMATIONSDIENST FÜR TOURISMUS UND ENTWICKLUNG (2010): Drei Fragen an den Kanadischen Kreuzfahrtexperten Ross Klein. [www.tourism-watch.de/content/kreuzzug-gegen-die-umwelt](http://www.tourism-watch.de/content/kreuzzug-gegen-die-umwelt). (21.06.2018).
- TOURISM WATCH INFORMATIONSDIENST FÜR TOURISMUS UND ENTWICKLUNG (1999): Globaler Ethik-Kodex für den Tourismus der Welttourismus-Organisation (WTO). [www.tourism-watch.de/content/globaler-ethik-kodex-f%C3%BCr-den-tourismus-der-welt-tourismus-organisation-wto](http://www.tourism-watch.de/content/globaler-ethik-kodex-f%C3%BCr-den-tourismus-der-welt-tourismus-organisation-wto). (11.05.2018).
- TRIPADVISOR DEUTSCHLAND (2018a): Berlin Sehenswürdigkeiten. Top Aktivitäten. [www.tripadvisor.de/Attractions-g187323-Activities-Berlin.html](http://www.tripadvisor.de/Attractions-g187323-Activities-Berlin.html). (12.06.2018).
- TRIPADVISOR DEUTSCHLAND (2018): Heidelberg Sehenswürdigkeiten. Top Attraktionen. [www.tripadvisor.de/Attractions-g187286-Activities-0a90-Heidelberg\\_Baden\\_Wuerttemberg.html#FILTERED\\_LIST](http://www.tripadvisor.de/Attractions-g187286-Activities-0a90-Heidelberg_Baden_Wuerttemberg.html#FILTERED_LIST), S. 1-4. (12.06.2018).
- UNWTO (2016): Annual Report 2016. (Bericht)



- URBAN, T. (2018): Barcelona geht den Massentourismus an. - In: Süddeutsche Zeitung, 13.03.2018, o. S.
- VERTRETUNG DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION IN DEUTSCHLAND (2018): Vertretung in Deutschland. Europäische Kommission. [www.ec.europa.eu/germany/home\\_de](http://www.ec.europa.eu/germany/home_de). (02.05.2018)
- ZDF (2016a): Auf Rügen ist die Hölle los! [www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/auf-ruegen-ist-die-hoelle-los-104.html](http://www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/auf-ruegen-ist-die-hoelle-los-104.html). (10.06.2018).
- ZDF (2016b): Mietwahnsinn in Deutschland. [www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/mietwahnsinn-in-deutschland-104.html](http://www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/mietwahnsinn-in-deutschland-104.html). (03.06.2018).
- ZDF (2017a): Sommer, Sonne, Superstau. [www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/sommer-sonne-superstau-100.html](http://www.zdf.de/dokumentation/zdf-reportage/sommer-sonne-superstau-100.html). (29.05.2018).
- ZDF (2017b) Touristen gegen Anwohner: Wem gehören die Städte? [www.arte.tv/de/videos/073399-003-A/re-touristen-gegen-anwohner/](http://www.arte.tv/de/videos/073399-003-A/re-touristen-gegen-anwohner/). (01.04.2018).
- ZDF (2018): Irrsinn auf dem Wohnungsmarkt. Wenn Mieten unbezahlbar wird. [www.zdf.de/gesellschaft/sonntags/irrsinn-auf-dem-wohnungsmarkt---wenn-mieten-unbezahlbar-wird-102.html](http://www.zdf.de/gesellschaft/sonntags/irrsinn-auf-dem-wohnungsmarkt---wenn-mieten-unbezahlbar-wird-102.html). (29.05.2018).
- ZUKUNFTSINSTITUT GMBH (2016): Trends- Grundlagewissen. Welche Trends gibt es? Zukunftsinstitut GmbH. [www.zukunftsinstitut.de/artikel/trends-grundlagenwissen/](http://www.zukunftsinstitut.de/artikel/trends-grundlagenwissen/). (01.05.2018)