

Massentourismus überfordert Schweizer Ferienorte

In Luzern nerven sich Einheimische über verstopfte Strassen. In Zug überfallen Gruppen die Badi, um «Ur-Schweizer» zu sehen, in Interlaken kommt es zu gefährlichen Situationen auf Bahnübergängen.

Cornelia Krause und Sarah Fluck 20.08.2017

Artikel zum Thema

Geh heim, Tourist



Beliebte Städte leiden unter dem Massentourismus. Wer auf eigene Faust reist, hält sich für etwas Besseres, ist aber ein Teil des Problems. [Mehr...](#)

Irene Helmes. 07.07.2017

Tourist als Staatsfeind Nummer 1

Barcelona und die Touristen – das ist ein schwieriges Verhältnis. Eine neue Steuer soll es nun richten. Auch andere Städte wehren sich gegen den Massentourismus. [Mehr...](#)

Von Franziska Kohler 03.05.2016

Asylchaos? Tourismuschaos!

Politblog Luzern setzt erfolgreich auf chinesischen Massentourismus. Das führt aber zu Dichtstress bei den Einheimischen. [Zum Blog](#)

Von Michael Soukup 21.08.2015

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@tagesanzeiger folgen

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@tagesanzeiger folgen

10 | 10 **Venedig** 2000 Menschen demonstrierten jüngst erneut gegen den «Ausverkauf ihrer Stadt», die jährlich von rund 20 Millionen Touristen besucht wird. In der Kritik stehen vor allem steigende Mieten und Kreuzfahrtschiffe. Bild: Reuters



Drei weisse Reisebusse fahren am Luzerner Schwanenplatz vor. Innerhalb von Minuten ist der Platz mit chinesischen Touristen bevölkert. Nach einer kurzen Einführung durch die Reiseleiter schwärmen sie in Kleingruppen aus – in das Uhrengeschäft Bucherer, am Quai entlang oder auf die Kapellbrücke.

Die Szene ist für Luzerner alltäglich. Dennoch macht sich angesichts der Massen asiatischer Gäste in letzter Zeit Unmut breit. Mancher Autofahrer ärgert sich über die von Cars verstopften Hauptstrassen. Oder über die Touristen, die für Selfies unvermittelt auf die Strasse treten. Der Detailhandel hat sich verändert und mit Souvenir- und Uhrenläden auf die Touristen eingestellt. Für Geschäfte, die einheimische Kunden bedienen, ist da kein Platz. «Ich weiss gar nicht mehr, was ich am Schwanenplatz noch soll», sagt eine Bewohnerin.

Wut kocht insbesondere dann hoch, wenn das Schweizer Verlangen nach Privatsphäre mit dem Kontaktbedürfnis einzelner Touristen kollidiert. Eine Chinesin habe ihr während des diskreten Stillens des Babys auf öffentlichem Platz das Tuch angehoben und dem Kind in die Wange gekniffen, erzählt eine Frau. «Ich war entsetzt.»

Weniger bekannte Orte werden zum Hotspot

Anders als in vielen europäischen Ländern mit grossen Metropolen ist Massentourismus in der Schweiz kein weitverbreitetes Phänomen. Wegen des starken Frankens gingen die Hotelübernachtungen in den vergangenen Jahren sogar zurück, der volkswirtschaftlich wichtigen Tourismusbranche brachen die Einnahmen

weg. Während die Europäer ausblieben, wurden neue Gästegruppen wichtiger, insbesondere Chinesen, Inder und Araber.

Wie verletzlich diese neuen Herkunftsmärkte sind, zeigte das vergangene Jahr: Wegen der Terroranschläge in Paris, Nizza und München gingen auch in der Schweiz die Hotelübernachtungen der Chinesen zurück. Die vermeintlich sichere Insel ist mitbetroffen, wenn Europa als unsicher gilt.

Dieses Jahr steigen die Logiernächte aber deutlich. Im ersten halben Jahr gab es bei den Chinesen ein Plus von 11 Prozent, die Inder legten gar 23 Prozent zu. Noch immer reisen Gäste aus beiden Ländern häufig in grossen Gruppen, sie heben sich optisch von Europäern ab und fallen in den vergleichsweise kleinen Schweizer Städten schnell auf. Neue Vermarktungskanäle wie soziale Medien machen einzelne kleine, international weniger bekannte Orte innerhalb kürzester Zeit zum Tourismus-Hotspot. Die Folge: Auch in der Schweiz entsteht an einzelnen Reisezielen Dichtestress.

**Eine Chinesin habe ihr während
des diskreten Stillens auf-
öffentlichem Platz das Tuch
angehoben und dem Kind in die
Wange gekniffen, erzählt eine
Frau.**

Vielfach geht es vor allem um Verkehrsbelastung. Etwa in Interlaken BE, einst vor allem bekannt für seine Grandhotels mit zahlungskräftigem Publikum. «Auch wir haben uns wegen der Frankenstärke in den letzten fünf Jahren vermehrt auf arabische und asiatische Gäste ausgerichtet», sagt Gemeindepräsident Urs Graf. In der Hochsaison rollen täglich bis zu 200 Cars in den Ort. Viele Gruppen übernachten dort, denn Interlaken ist Ausgangspunkt für die Fahrt zum Jungfrauoch, wo sich an Spitzentagen bis zu 5000 Besucher drängen.

Sorgen machen der Gemeinde aber vor allem die Einzelreisenden, die im Auto anfahren. Oft stammen sie aus arabischen Ländern. In diesem Jahr gab es bereits acht Vorfälle an einem Bahnübergang. Immer wieder blieben Touristen auf dem Übergang stehen, um Fotos zu machen oder das Navi zu bedienen, sagt Graf. Dabei sei es gar zum Zusammenstoss zwischen einem Zug und einem Personenwagen gekommen, letzterer blieb zwischen den Schranken stecken.

Bis zum Saisonende will die Gemeinde nun jemanden einstellen, um Anweisungen am Bahnübergang zu geben. «Die Person kann zwar weder chinesisch noch arabisch, beherrscht aber die international verständlichen Handzeichen», sagt Graf.

Für Gratis-WC Badi gestürmt

Während Interlaken seit Jahrzehnten eine feste Grösse im **Tourismus** ist, finden sich einzelne Orte unvermittelt mit dem Phänomen des Massentourismus konfrontiert. So etwa Zug. Bis zu acht Cars mit asiatischen Gästen rollen derzeit täglich zum überschaubaren Altstadt kern der Stadt. Neben dem lokalen Uhren- und Juweliergeschäft, dem eigentlichen Ziel der Gäste, haben diese die schmucken Gassen entdeckt – und die kostenlos zugängliche Badi Seeliken. Dabei gehe es den Touristen gar nicht ums Schwimmen, sondern um ein Grundbedürfnis, berichtet die Bademeisterin: die Nutzung der Toi-letten. Auf einen Schlag stünden die Busgruppen in Schlangen vor den WCs und auf den Wegen der kleinen Badi. Hinzu komme, dass unter den Chinesen das Gerücht umgehe, in der Badi seien noch «Ur-Schweizer» zu sehen. «Dabei sind wir von Ur-Schweizern weit entfernt, die Hälfte unserer Besucher sind Expats», sagt die Bademeisterin. Die vermeintlichen Ur-Schweizer würden dann selbst im Badeanzug fotografiert.

Umfrage

Hat die Schweiz ein Massentourismus-Problem?

- Dichtestress? Also bitte! Die teure Schweiz kann froh sein um jeden einzelnen Touristen.
- Einige Orte sicher. Es braucht mehr gezielte Massnahmen zur Besuchersteuerung.
- Definitiv, ich fühle mich fremd im eigenen Land.

Abstimmen

Die lokalen Geschäfte und Restaurants klagen, dass sie von den asiatischen Gästen kaum profitieren – die Gruppengäste sind in der Regel sparsam und kaufen allenfalls Proviant im Supermarkt ein. Mittlerweile beschäftigen die Chinesen schon den Stadtrat. «Wir sehen hier einen Massentourismus, wie man ihn sonst aus Luzern kennt», sagt der Zuger CVP-Stadtrat und einstige Tourismusdirektor Urs Raschle. Die Beschwerden nähmen zu. «Nun müssen wir schauen, dass das nicht überbordet.» Einfluss nehmen will die Stadt über den besagten Uhrenhändler und die Reiseleiter. Für die Badi sind Hinweisschilder mit Piktogrammen geplant.

Ausverkauf der Rigi?

Doch nicht nur in städtischen Ferienorten gibt es Konflikte. Auf der Rigi beklagen sich Anwohner vermehrt über rasant steigende Besucherzahlen. Auch hier spielten Asiaten vermehrt eine Rolle, sagt Anwohner René Stettler. «Die Tage der Rigi als Erholungsdestination sind gezählt.» Er befürchtet einen «Ausverkauf» des Bergs, zumal die Rigi-Bahnen einen Streichelzoo, eine Erlebnisalp und ein historisches Schweizer Bergdörfli planen. Stettler fordert nun eine Obergrenze für Touristen auf der Rigi – und dass die Bevölkerung bei den Ausbauplänen mitreden kann, etwa in Form einer Abstimmung.

Ein Beispiel dafür, wie sich viel Publizität auf kleinere Ausflugziele auswirken kann, ist das Verzasca-Tal, das seit der Veröffentlichung eines Youtube-Videos im Juli von italienischen Gästen zeitweise überrannt wurde.

Video - Malediven-Feeling in der Schweiz



Ein Touristen-Video

vom Verzascatal sorgt für einen Besucheransturm.

Beim kleinen Berggasthaus Aescher-Wildkirchli in Appenzell Innerrhoden wirkt der Werbeeffect noch Jahre später nach. Seit es vor drei Jahren die Titelseite des Magazins «National Geographic» zierte und US-Schauspieler Ashton Kutcher ein Bild auf Facebook teilte, nahm die Gästeflut zu, vor allem aus den USA und Asien. Eng wird es auf dem Berg und im Restaurant an Sommer- und Herbstwochenenden mit gutem Wetter. Durch das Tal wälzen sich dann Blechlawinen, an der Seilbahn gibt es zu Stosszeiten Schlangen.

Der Wirt des Restaurants will der Gästemassen nun mit neuen Konzepten Herr werden: etwa einem Kiosk für gestresste Besucher, die keinen Platz mehr finden.

Auch Übernachtungen im Massenlager wurden gestrichen – der Platz wird zur Lagerung von Nahrungsmitteln gebraucht. Ein Ausbau des Restaurants ist wegen der Platzverhältnisse nicht möglich, die Kapazitäten der Bahn will man aus Respekt vor dem Berg und der Natur nicht vergrössern. Der Berg vertrage an Spitzentagen nicht mehr Gäste, zumindest, wenn man den eigenen Qualitätsansprüchen gerecht werden wolle, sagt Mario Koller, Geschäftsführer der Ebenalpbahn.

Verkehrspolitische Eingriffe sind bislang das wichtigste Instrument, um dem Massentourismus zu begegnen. Seit zwei Jahren dürfen die Cars am Luzerner Schwanenplatz ihre Gäste in Spitzenzeiten nur noch absetzen, aber nicht mehr abholen. Tourismusdirektor Marcel Perren sieht noch Verbesserungsmöglichkeiten: Geplant ist ein sensorgesteuertes Parkleitsystem, das die Carchauffeure zu freien Parkplätzen und zügiger durch die Stadt lotst.

Hoffnung auf Kleingruppen

Hoffnungen setzen die Touristiker darin, dass die Gäste aus den Massenmärkten in Zukunft vermehrt in Kleingruppen reisen – ein Trend, der sich bereits bemerkbar macht, beispielsweise bei chinesischen Reisenden. Das kommt auch der Hotellerie zugute, die über Tiefstpreise für asiatische Besuchergruppen klagt.

Übernachtungspreise von 40 bis 50 Franken pro Person mitsamt Halbpension sind laut Hotelleriesuisse-Präsident Andreas Züllig keine Seltenheit.

Perrens Ziel ist es, in Zukunft ein kaufkräftiges und vielseitig interessiertes Publikum anzuziehen, das mehr Wertschöpfung für das Gastgewerbe und lokale Veranstaltungen generiert. So soll das Lucerne Festival einen Ableger in Shanghai bekommen und dadurch Lust auf das Original wecken. «Diese Gäste dürften dann auch länger als nur ein, zwei Tage bleiben», sagt Perren.

Weniger bekannte Orte vermarkten

Um dem Dichtestress in einigen wenigen Orten zu begegnen, wird auch bei der Verteilung der Gäste angesetzt. Schweiz Tourismus bemüht sich, in Asien weniger bekannte Ferienorte zu vermarkten. Dennoch würden die Gäste aber kaum aufs Matterhorn oder den Uhrenkauf in Luzern verzichten wollen, sagt Sprecher Markus Berger.

In Interlaken fördert die örtliche Tourismusorganisation das Völkerverständnis mit interkulturellen Workshops für den Umgang mit Gästen aus China, Indien und arabischen Ländern. Diese würden gut besucht, sagt Sprecherin Alice Leu. Grundsätzlich sei das Verständnis für die Gäste gross, nicht zuletzt, weil achtzig Prozent der Einheimischen vom Tourismus leben. «Da nimmt man längeres Anstehen an der Kasse oder am Postschalter auch mal in Kauf.»

(SonntagsZeitung)

Erstellt: 20.08.2017, 07:35 Uhr

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

Nein