

Berlin
Paris
Tokio
Athen
Lyon
Cancun
Dubai
Jaipur
Mailand
Kiew
Lagos
Delhi
Kairo
Nizza
Doha
Cusco

New York
Los Angeles
London
Rom
Barcelona
Moskau
Peking
Sydney
Tokio
Hankow
Kanton
Shanghai
Tientsin
Yokohama

Ein Platz für Touristen?!



Lokale Bevölkerung wird direkt/indirekt benachteiligt

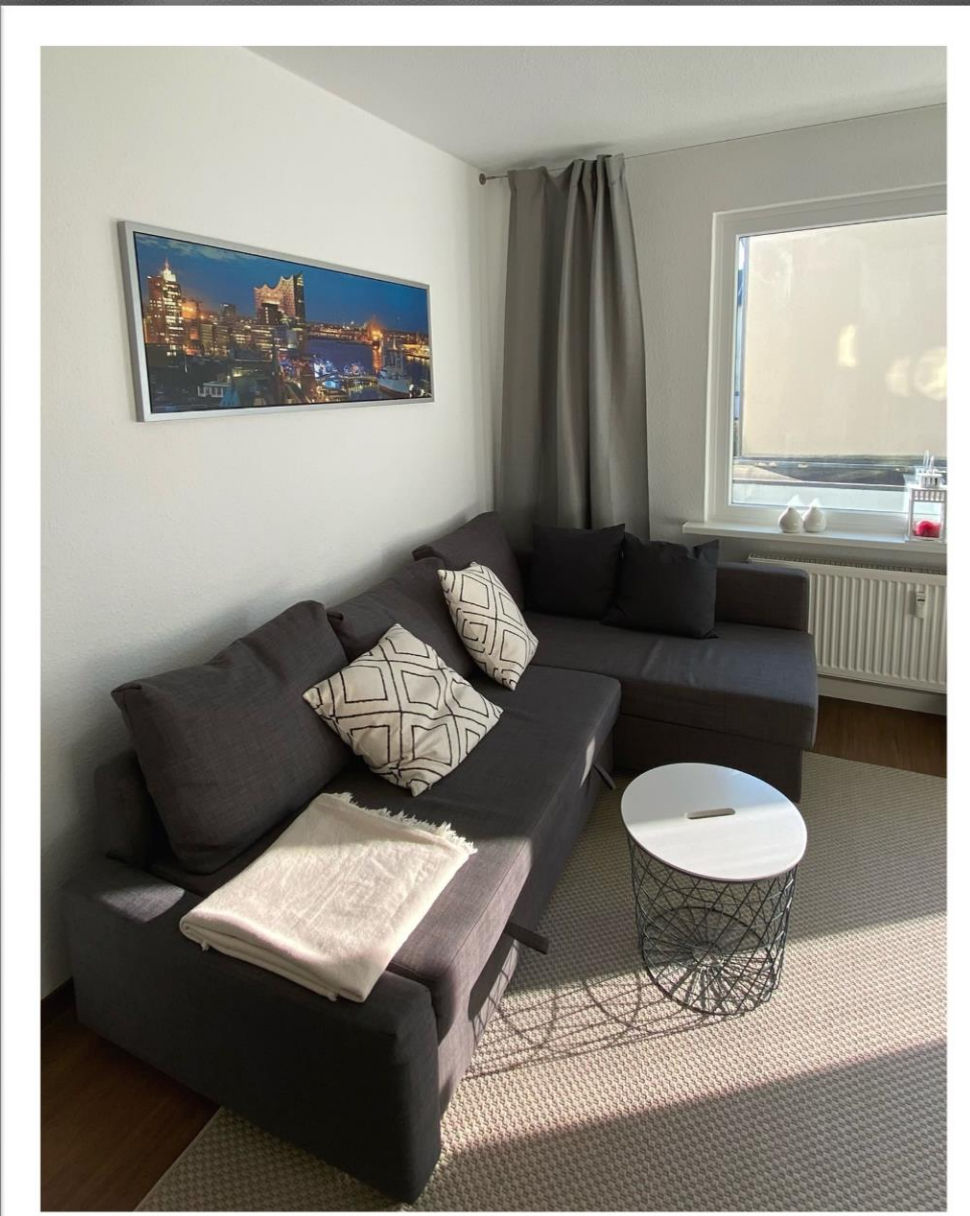


Abb. 1: Airbnb-Wohnung in Bochum

„Arbeiten, wo andere Urlaub machen“

- Geringe Löhne ohne Tarifvertrag
- Überstunden
- Befristete Verträge (saisonal)
- Nacht- und Wochenendarbeit (Hotellerie und Gastronomie)
- Geringe Aufstiegschancen
- Qualifizierte Arbeitskräfte werden „importiert“

Landnutzungskonflikte

- Beanspruchung von attraktiven Gebieten
- Wachsendes Interesse → steigende Bodenpreise
- Hoher Wasserverbrauch durch Tourismus (z.B. Golf- und Hotelanlagen mit Pool und Grünflächen) → hohe Disparität zu lokalen Haushalten der Städte
- Verdrängung von ursprünglichen Nutzungsformen
- Aufwertungen von Stadt (-vierteln) führt zu einer Verdrängung der ansässigen Bevölkerung durch einkommensstärkere Haushalte/Firmen → Gentrifizierung
- Zweckentfremdung von Wohnraum → Mietpreisanstieg (Touristification)
 - Mietwohnungen werden ausschließlich als Ferienwohnungen dauerhaft vermietet (z.B. via Airbnb)



Abb. 2: Schlüsselkasten für Ferien-wohnungen in Bochum. Dreiviertel der Wohnparteien dienen dem Tourismus.

Akkulturation

- Tourismus trägt zum kulturellen Wandel der Stadt (-viertel) bei
 - Ursprüngliche Werte werden durch den Tourismus kommerzialisiert (Authentizität geht verloren)
 - Reisende leben ihren gewohnten Lebensstil aus (Verhaltensweisen, Kleindung, Ess- und Trinkgewohnheiten)
- ursprünglich fremde Kulturelemente werden nachgeahmt oder übernommen
- Bevölkerung geht unterschiedlich damit um: manche erfreut der Fortschritt, andere fürchten um ihre Traditionen und Werte
 - Kontrastiver Lebensstil der lokalen Bevölkerung kann Neid auslösen, Armut verdeutlichen und Minderwertigkeitsgefühle auslösen.

Soziale Destabilisierung ist die Folge; Kriminalität und Prostitution nehmen zu

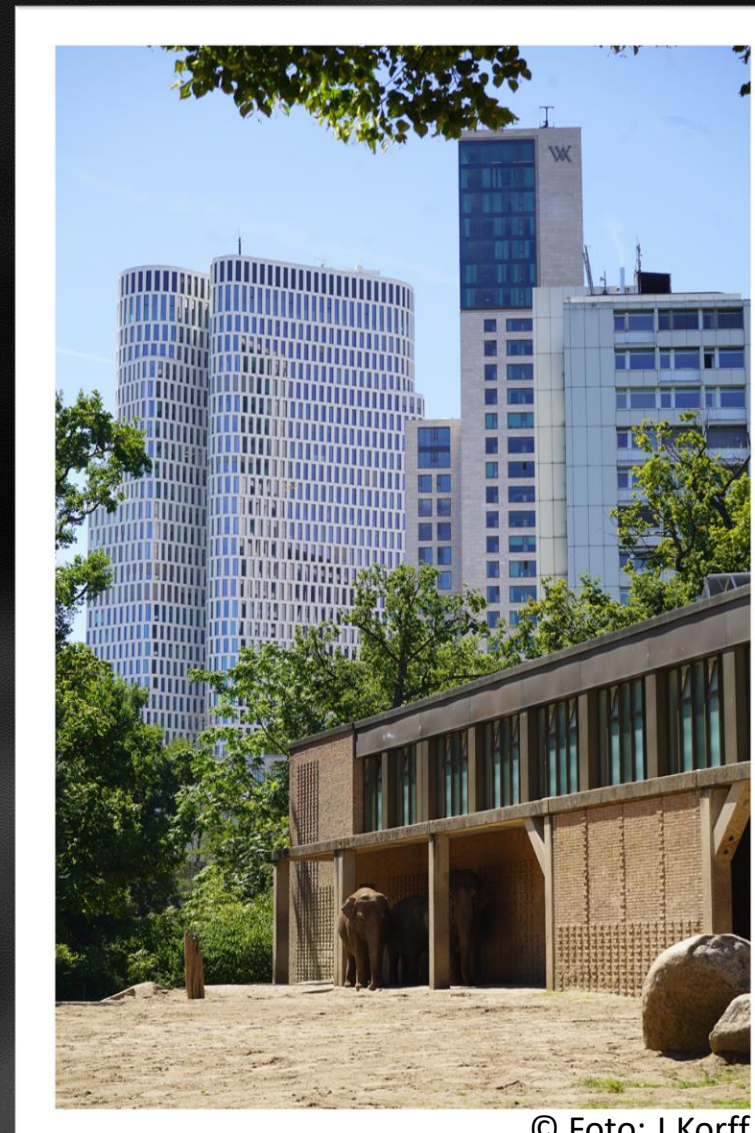


Abb. 3: Ein Elefant im urbanen Raum – Zoo Berlin

Sextourismus

- (Städtische) Destinationen werden gezielt ausgewählt, um sexuellen Kontakt zu Einheimischen aufzunehmen
- Sex ist dort billiger und leichter zu haben
- Für wenig Geld gefügige und anspruchslose Frauen „kaufen“
- Nicht nur Männer, sondern auch Frauen entdecken Städte [...] als Reiseziel

„Partnerschaften“ entstehen

- „Ehe auf Zeit“
- Kleine und große Geldbeträge werden aus der Heimat geschickt → wer profitiert von wem?



Lokale Bevölkerung profitiert direkt/indirekt

„Arbeiten, wo andere Urlaub machen“

- Vielzahl an Jobs im Tourismugewerbe z.B.: Hotellerie und Gastronomie
- Verdienstmöglichkeiten für (ungelernte) lokale Arbeitskräfte
 - Keine besonderen Qualifikationen notwendig (z.B. Reinigungskräfte, Servicepersonal)
- Förderung von Aus- und Weiterbildungen
- Verhindert Abwanderung der (jungen) Bevölkerung durch die Entstehung von beruflichen Perspektiven im Tourismus

Aufwertungsprozesse

- Verbesserte Infrastruktur, die auch von der lokalen Bevölkerung genutzt werden kann (z.B. Straßen, Wasser- und Energieversorgung, ÖPNV, Sportanlagen, Radwege)
- (Mit-) Finanzierung von Naturschutzgebieten durch (Städte-) Tourismus
- Weiterentwicklung der Abfallentsorgung

Beispiel: Zürich-West:

Das einstige Industrieviertel der Stadt transformiert sich zum Trendquartier – angetrieben durch die Kultur- und Kreativwirtschaft. So werden beispielsweise Hallen renoviert, in denen einst Schiffe hergestellt wurden. Nun befinden sich im sog. „Schiffbau“ neben Restaurants vor allem Theaterbühnen, die u.a. von (Kultur-) Touristen besucht werden.



Abb. 4: Schiffbau in Zürich-West

Kultur- und Kreativwirtschaft

- Ein attraktives Kulturangebot in Städten ist für die Förderung des Städte- und Kulturtourismus ausschlaggebend
- Kultur als Motor der Aufwertung und Revitalisierung benachteiligter Stadtviertel
- Architektonische Meisterwerke (z.B. Museums- oder Opernhäuser) werden als Symbol/Flagship für die jeweilige Stadt gebaut
- Kulturangebote korrelieren mit der Standortwahl von Unternehmen & Bewohnern (→ weiche Standortfaktoren) und haben daher nicht nur für den Tourismus eine immense Bedeutung
- Titel der „Kulturhauptstadt Europas“ wird seit 1985 jährlich von der Europäischen Union vergeben → hohe Aufmerksamkeit für die jeweilige Stadt (in Deutschland z.B. Essen bzw. Ruhrgebiet 2010, Chemnitz 2025)

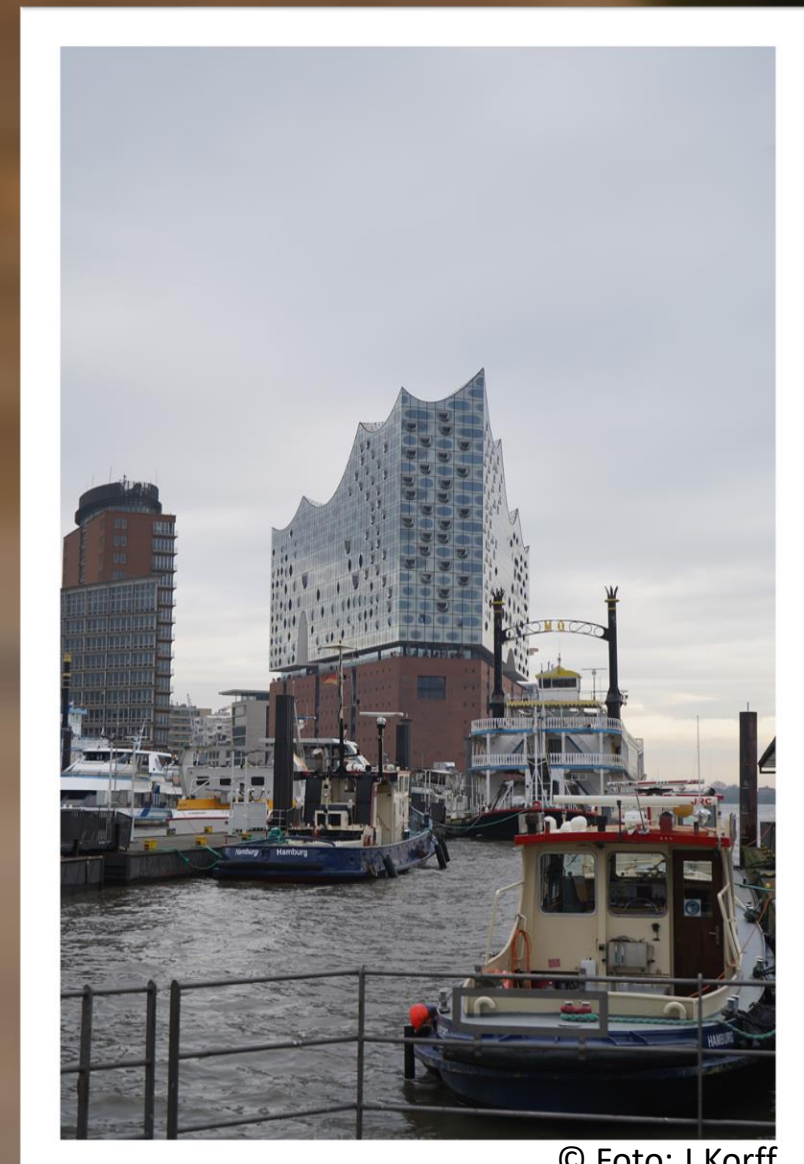


Abb. 5: Elbphilharmonie als neues Wahrzeichen der Stadt Hamburg

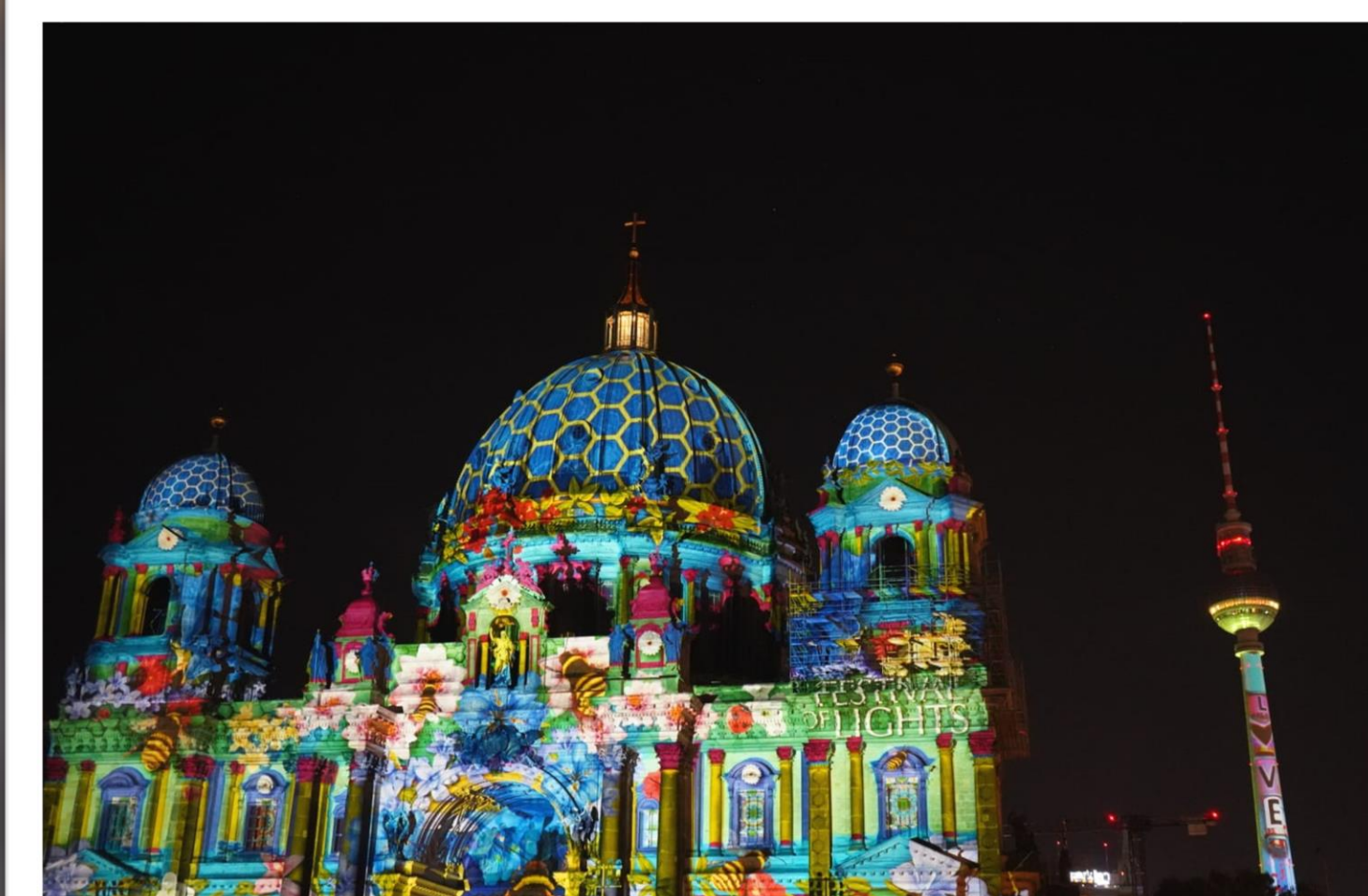


Abb. 6: Festival of Lights als Kulturangebot in Berlin. Lichtinszenierungen werden an Fassaden der Stadt projiziert.