



NEW URBAN TOURISM

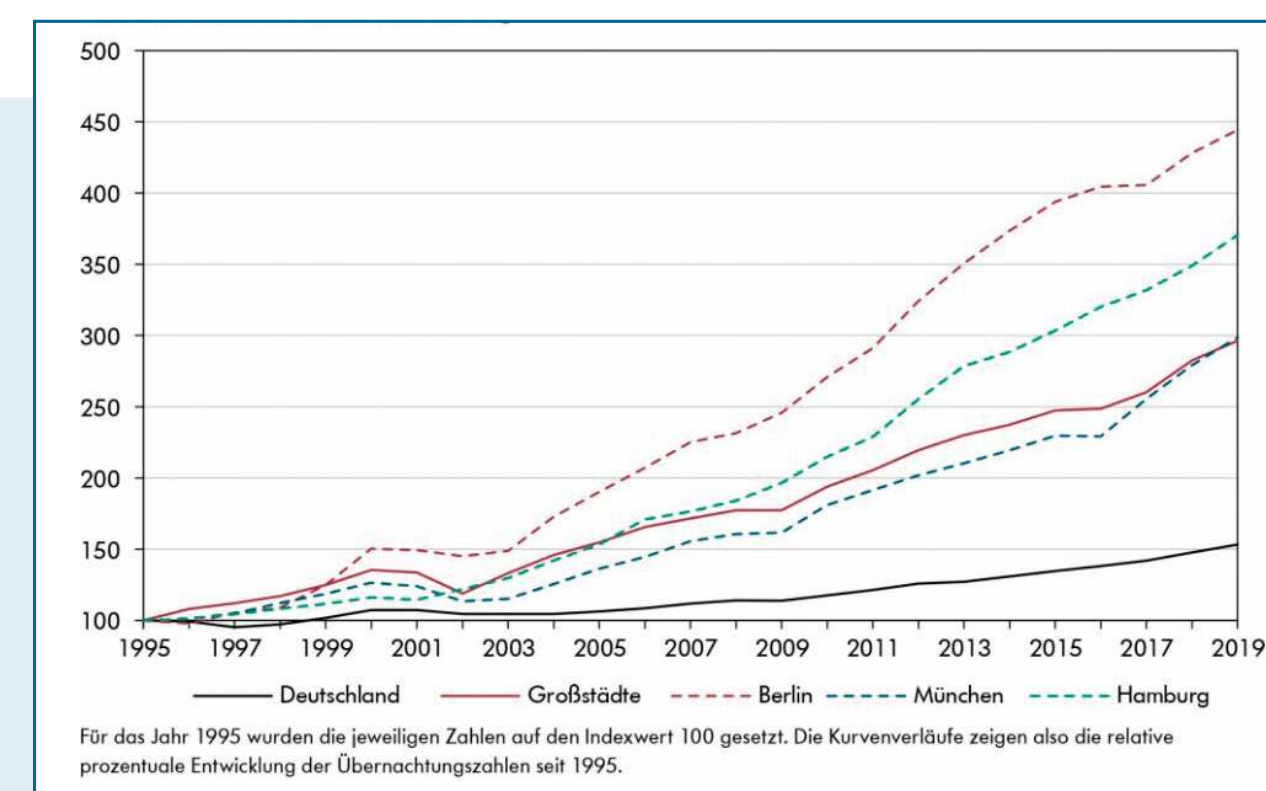
Orte, Konflikte und Tourismuskonzepte in Berlin

Die steigende Zahl an Städtereisen bringt zunehmend auch qualitative Veränderungen des Tourismus mit sich. Städtereisende bewegen sich nicht mehr nur entlang der „Straße der Ameisen“ (Keul/Kühberger 1996) rund um traditionelle Attraktionen und klassische Sehenswürdigkeiten einer Stadt. Sie grenzen sich zunehmend von dem, häufig negativ konnotierten, Massentourismus ab und neigen dazu, die sogenannte „tourist bubble“ (Judd 1999) zu verlassen. Reisende bewegen sich dabei „off the beaten track“ (Maitland/Newman 2009) und suchen zunehmend

innerstädtische Wohnviertel und gentrifizierte Quartiere auf. Besonders Wiederholungsreisende und jüngere Menschen meiden touristische Zentren und suchen stattdessen nach Geheimtipps. Off the beaten track Areas dienen als Antithese zur klassischen „tourist bubble“ (Judd 1999) und touristifizieren das Alltägliche und Banales. Der New Urban Tourism (NUT) ist nicht nur eine Art des Tourismus, sondern vielmehr auch ein Phänomen des urbanen Wandels und erweitert das Verständnis von Tourismus sowohl räumlich als auch in Hinblick auf touristische Motive.

TREIBER DES NUT

- **1960er: Kulturalisierung der Städte**
Wandel der Städte von funktionalen Zentren zu atmosphärischen Lebenswelten
- **1990er: Boom des Städtetourismus in europäischen Großstädten**
- **Digitale Informations- und Kommunikationstechnologien**
kommunizierte Repräsentation des Erlebten produziert Erwartungen und leitet zu weiteren Handlungen an
- **Wachsendes Angebot an Peer-to-Peer Übernachtungsmöglichkeiten als „Enabler“ für New Urban Tourism (z.B. Airbnb)**
Umdeutung alltäglicher in touristische Orte weckt die Illusion sich von anderen BesucherInnen abzuheben



Indexentwicklung der Übernachtungszahlen in Deutschland insgesamt, in allen Großstädten sowie in Berlin, München und Hamburg.

MOTIVE DES NUT

- Suche nach authentischen, lokalen Alltagserfahrungen und aktivem Eintauchen in das Geschehen der Stadt (live like a local)
- Faszination des Alltäglichen
- Erholende Alltagsdistanz im alltäglichen Leben „fremder“ Nachbarschaften finden
- Wunsch nach Begegnung

VERÄNDERUNG DES TOURISMUS DURCH COVID

Die Corona-Pandemie hat der Debatte um das Phänomen des Overtourismus eine neue Dynamik verliehen. Durch den plötzlichen Einbruch des Tourismus haben BewohnerInnen ihre Stadt erstmals ohne die (negativen) Effekte des Tourismus erlebt. Die Rückkehr der BesucherInnen nach der Pandemie entfachte neue Debatten und Forderungen nach einem nachhaltigeren Tourismus, der auch die Lebensqualität der BewohnerInnen berücksichtigt.

Admiralbrücke in Kreuzberg

Atmosphärisches Geschehen eines als authentisch empfundenen Kiezes. Zu bestimmter saisonaler und tageszeitlicher Rhythmik (besonders in den sommerlichen Abendstunden) lädt die Atmosphäre nicht nur BerlinerInnen, sondern auch BesucherInnen zum (häufig spontanen) Verweilen ein.



Berghain in Friedrichshain

Ein breites Angebot exklusiver, subkultureller Clubs trifft nicht nur die Nachfrage der BewohnerInnen, sondern lädt auch BesucherInnen dazu ein in das Berliner Nachtleben einzutauchen. Die Möglichkeiten für Club-Touristen mit einem Guide eine Tour durch verschiedene Nachtclubs zu machen und in jeden der bekanntesten Clubs einen Blick zu werfen, trifft bei vielen BerlinerInnen nicht auf Begeisterung.

ORTE DES NUT

- Orte des New Urban Tourism sind nicht an materielle Attraktionen und Einrichtungen gebunden, sondern entstehen durch wiederholte Handlungen anwesender Akteure.
- Auf der Suche nach authentischen Alltagserfahrungen verhalten sich BesucherInnen wie BewohnerInnen, die in ihrer Freizeit ebenfalls touristische Rollen einnehmen und quasi-touristische Verhaltensweisen zeigen. Es ergibt sich ein temporäres Miteinander von „Locals“ und „Tourists“, eine Erlebnisgemeinschaft, in der alle Personen mitverantwortlich für die Gestaltung der Stadt sind.
- Typische Orte des New Urban Tourism sind häufig multikulturelle Arbeiterquartiere mit Gentrifizierungsprozessen, zum Beispiel Berlin Kreuzberg, Neukölln oder Friedrichshain.

Binäre Deutungen des Tourismus müssen hinterfragt werden
Statt starrer Differenzierungen (Bewohner vs. Besucher / Alltag vs. Freizeit) stellt die New Urban Tourism Forschung Entdifferenzierungsprozesse und die Entstehung neuer touristischer Orte in den Vordergrund.



Türkenmarkt in Neukölln

Durch die lange Tradition und den internationalen Charakter wird der Wochenmarkt am Maybachufer als besonders authentisch erlebt. Der Besuch wird zu einem Event, indem BesucherInnen den Raum nicht nur passiv konsumieren, sondern ihn durch ihre Nutzung gleichermaßen aktiv produzieren.

KONFLIKTFELDER

Physische Tragfähigkeitsgrenzen

Crowding-Effekte (Überfüllung)

Direkte negative Effekte

- Störgefühl / Irritation:
- z.B. durch Eindringen in alltägliche Lebenswelten (Bsp. Club-Tourismus)
 - Ruhestörungen
 - erhöhtes Müllaufkommen

Indirekte negative Effekte

Nutzungskonkurrenz (Wohnungsmarkt):

- Ausbau touristischer Unterkünfte verstärkt die Verknappung von Wohnraum (jedoch gefühlter Effekt größer als tatsächlicher Effekt)

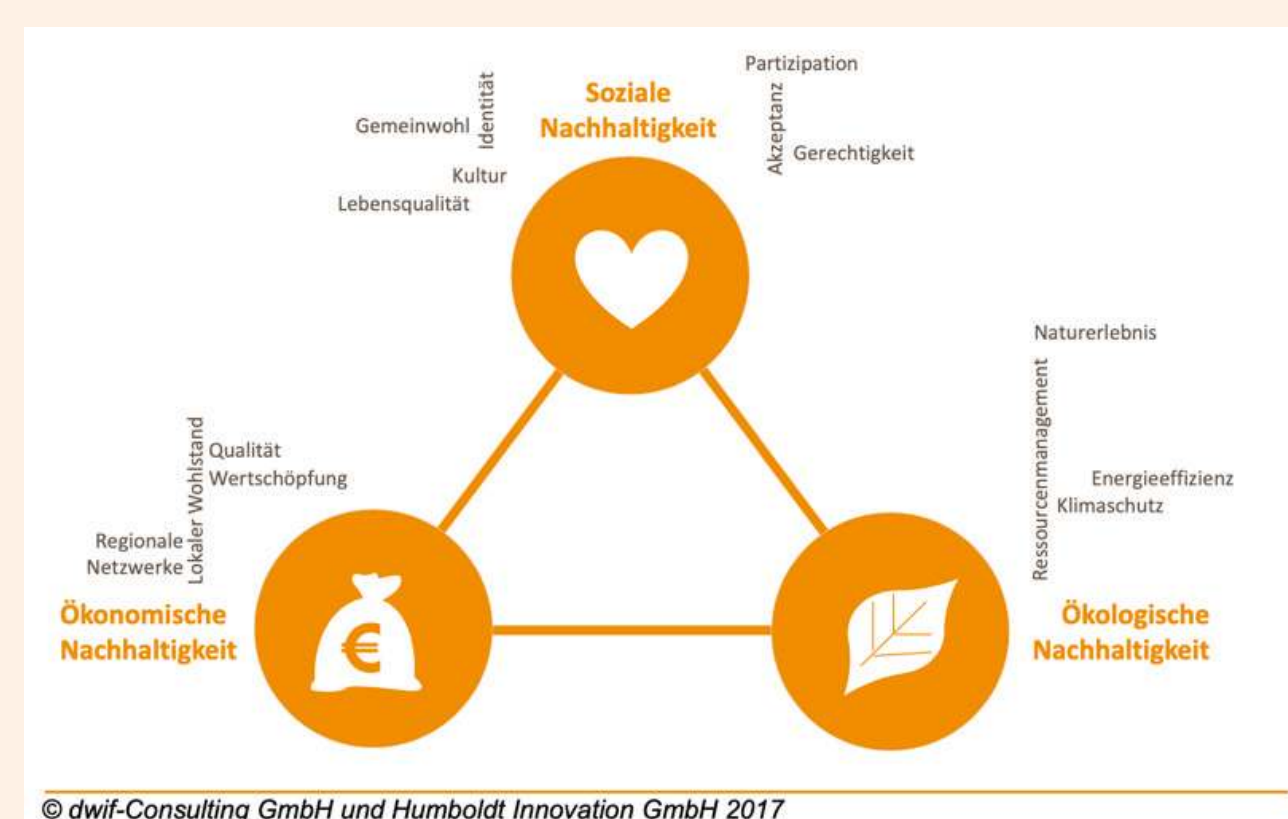
Strukturwandel:

- Überangebot an Souveniershops, Kiosks und Fastfood-Lokalen
- Entwicklung von Monostrukturen
- (Einzelhandels-) Gentrifizierung

„Ziel eines stadtverträglichen Tourismus ist es, sowohl die Erlebnisqualität für BesucherInnen, als auch die Lebensqualität der BerlinerInnen im Einklang miteinander zu steigern.“

(Tourismuskonzept 2018+ zur Umsetzung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus)

In dem Programm werden vielfältige Maßnahmen geplant, um den Tourismus in Berlin stadtverträglicher zu gestalten. Zu den geplanten Maßnahmen gehören die aktive Besucherlenkung, die Förderung von Qualitätstourismus sowie die Steigerung der Akzeptanz durch Partizipation und Sensibilisierung. Darüber hinaus möchte die Stadt Berlin ihre vielfältige Kultur bewahren, das Beherbergungswesen stärker steuern (beispielsweise durch eine Regulierung von Airbnb-Vermietungen) und Sicherheitskonzepte überarbeiten.



QUELLEN
Berliner Zeitung. (2023, 09.08.). Berghain: Tour-Firmen bieten Club-Reise an. Sternmagazin. Online abrufbar unter: <https://www.berliner-zeitung.de/news/berghain-tour-firmen-bieten-club-reise-an-10082301>
Feige, M., Berndt, M., Heinsohn, K., Skrupop, D., Heilbrecht, J., Schlüter, S., ... & Thiele, J. J. (2018). 12 mal Berlin! e) Leben. Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus.
Füller, H., & Michel, B. (2014). Stop Being a Tourist! New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg. International Journal of Urban and Regional Research, 38(4), 1304-1318.
Hier in Berlin. Online abrufbar unter: <https://hier-in-berlin.org/>
Kagermeier, A., & Erdmenger, E. (2019). Overtourism. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 11(1), 65-98. <https://doi.org/10.1515/ztw-2019-0005>

Kagermeier, A., Stors, N., & Erdmenger, E. (2021). Erlebnisorientierung im New Urban Tourism-Szenario am Beispiel Berlins. In: Erlebnis und Tourismus: Ergebnisse der 4. Deutscher Geographischer Tagung (S. 57-64).
Sommer, C. (2021). Powerful ways of (not) knowing New Urban Tourism conflicts. Thin problematisation as limitation for tourism governance in Berlin. Milton Park, Abingdon: Routledge.
Sommer, C., Stollenberg, L., Frisch, T., & Stors, N. (2019). Entwicklungslinien und Perspektiven der New Urban Tourism-Forschung. Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung: Touristifizierung urbaner Räume, 15, 15-31.
Sommer, C., & Stors, N. (2021). New Urban Tourism: Orte, Konflikte und Regulierungsversuche. Geographische Rundschau 1-2 (2021).
Technische Universität Berlin (2021). Wie wirkt sich ein neuer Städtetourismus auf die Berliner Kieze aus? Online abrufbar: www.tu-berlin/forschung/staedtetourismus-und-urbanes-leben

visitBerlin. Online abrufbar unter: <https://www.visitberlin.de/>
Zens, L. (2021). New Urban Tourism in Berlin: Quartiere zwischen Investition und Überlastung. Online abrufbar unter: <https://www.quartiersforschung.de/new-urban-tourism-in-berlin-quartiere-zwischen-investition-und-uberlastung/>
Berghain in Friedrichshain: www.westermann.de/anlage/4627520/New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche
Nachhaltigkeitsdimensionen für einen stadtverträglichen Berlin-Tourismus: www.visitberlin.de/sites/default/files/2018-02/2018-New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche
Admiralbrücke in Kreuzberg: www.westermann.de/anlage/4627520/New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche

Türkenmarkt in Neukölln: www.westermann.de/anlage/4627520/New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche
Berghain in Friedrichshain: www.westermann.de/anlage/4627520/New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche
Nachhaltigkeitsdimensionen für einen stadtverträglichen Berlin-Tourismus: www.visitberlin.de/sites/default/files/2018-02/2018-New-Urban-Tourism-Orte-Konflikte-und-Regulierungsversuche

VISITBERLIN

Die Destinationsmanagementorganisation (Public Private Partnership) und offizielle Marketingagentur der Stadt setzt sich in Zusammenarbeit mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für einen zukunftsfähigen, stadtverträglichen und nachhaltigen Tourismus ein.

Initiativen und Kampagnen in Zusammenarbeit mit visitBerlin betonen neben der Bedeutung der BesucherInnen für die Stadt auch die Relevanz der Partizipation der BewohnerInnen.

Initiative von visitBerlin:

HIER IN BERLIN
Mitdenken | Mitmachen | Meinung sagen

Zukunft mitgestalten: Gehört werden, mitreden, mitwirken als wichtige Bedürfnisse

Burkhard Kieker, visitBerlin-Geschäftsführer:

„Erst unsere Gäste machen Berlin zur Weltstadt. Und Berlinerinnen und Berliner profitieren von den vielen Angeboten, die nur durch den Tourismus möglich sind – vom international renommierten Museum bis zum Späti im Kiez.“

Neue Handlungsfelder in der Tourismusentwicklung

Seit der Corona-Pandemie 2020 und der daraus resultierenden Krise des Tourismus wird die Sensibilisierung wieder verstärkt auf die Tatsache gerichtet, dass Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftssektoren der Stadt ist. Auf Grundlage des Tourismuskonzept 2018+ wurde aus gegebenem Anlass 2021/2022 neue Handlungsfelder

benannt, die in der Tourismusentwicklung priorisiert werden sollen. Dazu zählen die Verbesserung des Monitoring und der Datennutzung sowie das Voranbringen der Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft, die Sichtbarmachung der Tourismus- und Kongresswirtschaft und die erweiterte Partizipation der BerlinerInnen.

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg | Fakultät für Umwelt und natürliche Ressourcen

Modul: Globaler Wandel – ein neues Gesicht der Erde?

Dozenten: Prof. Dr. Rüdiger Glaser, Prof. Dr. Tim Freytag

Autorin: Marie Hefer | WS 2023/2024 | 25. Februar 2024