

Tourismusakzeptanz

Wahrnehmung, Einflussfaktoren und Wege zur Stärkung im Schweizer Tourismus

Die Akzeptanz des Tourismus durch die lokale Bevölkerung ist eine zentrale Voraussetzung für die langfristige Tragfähigkeit der touristischen Entwicklung in der Schweiz. Sie bestimmt, ob Tourismus als Chance oder als Belastung wahrgenommen wird, beeinflusst die Lebensqualität vor Ort und wirkt sich direkt auf die Gastfreundschaft sowie die Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen aus. Der vorliegende Tourismus-Impuls basiert auf dem Inputpapier C – Tourismusverträglichkeit (Müller, Bandi Tanner, Beutler, Wirth & Walter, 2025) im Auftrag des SECO. Es fasst die aktuellen Erkenntnisse zur Tourismusakzeptanz zusammen, zeigt auf, welche Faktoren sie prägen, und stellt Ansätze vor, wie Bund, Kantone und Destinationen die Akzeptanz gezielt fördern können. Im Fokus stehen dabei die sozialen und kulturellen Auswirkungen des Tourismus, die Wahrnehmung durch die lokale Bevölkerung sowie ein praxisorientiertes Instrumentarium von Massnahmen zur Förderung der Akzeptanz. Der Impuls schliesst mit strategischen Stossrichtungen für eine nachhaltige und breit abgestützte Tourismusentwicklung in der Schweiz.



Tourist go home Schriftzug auf einer Wand in Barcelona, Spanien (Quelle: Robert Poorten auf Adobe Stock)

Warum Tourismusakzeptanz zählt

Die Tourismusakzeptanz bildet eine zentrale Grundlage für die langfristige Tragfähigkeit des Tourismus. Sie beschreibt das Ausmass, in dem die einheimische Bevölkerung einer Destination dem dort stattfindenden Tourismus positiv oder negativ gegenübersteht (Eisenstein & Schmücker, 2021). Akzeptanz bedeutet mehr als Toleranz: Während Toleranz eine passive Duldung meint, setzt Akzeptanz eine aktive Zustimmung und Anerkennung positiver Aspekte voraus (Hjerm et al., 2020; The Oxford Review, o. J.).

Ein akzeptierter Tourismus trägt wesentlich zur Lebensqualität und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt in einer Region bei. Die Bevölkerung akzeptiert den Tourismus, wenn sie das Verhältnis zwischen Nutzen und Belastungen als ausgewogen wahrnimmt (Kagermeier & Erdmenger, 2019). Zu den positiven Wirkungen zählen unter anderem Wertschöpfung, Beschäftigung und der Erhalt von Infrastruktur, während als Belastungen insbesondere die Zunahme des Verkehrs, Nutzungskonflikte, steigende Wohnkosten oder Umweltbelastungen wahrgenommen werden können. Entscheidend ist, dass die Vorteile für die lokale Bevölkerung sichtbar und erlebbar bleiben und die negativen Auswirkungen nicht als übermässig empfunden werden. Die Tourismusakzeptanz ist eng mit der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit verknüpft. Sie trägt dazu bei, dass der Tourismus nicht nur ökonomisch, sondern auch gesellschaftlich verankert ist (Quack, 2024). Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Bedürfnissen der Reisenden und jenen der Einheimischen bildet die Grundlage für eine stabile Entwicklung. Dabei spielt die subjektive Wahrnehmung der Belastung durch Touristen seitens der

Bevölkerung eine wichtige Rolle (Kagermeier & Erdmenger, 2019). Diese Wahrnehmung wird stark davon beeinflusst, wie sich die Besucherströme räumlich und zeitlich verteilen. Wenn Gäste über das Jahr hinweg gleichmässig anwesend sind und sich die Belastung auf verschiedene Orte verteilt, wird der Tourismus als weniger störend wahrgenommen.

Auch Gewöhnungseffekte und soziale Nähe beeinflussen die Akzeptanz: In Regionen, die bereits seit Langem vom Tourismus geprägt sind, ist die Bevölkerung oft besser an die Präsenz der Gäste gewöhnt. Gemeinsame Werte, Lebensstile oder kulturelle Ähnlichkeiten zwischen Einheimischen und Gästen können zusätzlich dazu beitragen, dass der Tourismus als bereichernd wahrgenommen wird (Coghlan, 2023). Eine hohe Tourismusakzeptanz hat direkte positive Auswirkungen auf die Gastfreundschaft. Sie stärkt die Offenheit gegenüber den Gästen, fördert die Zufriedenheit der Einheimischen und verbessert die Angebotsqualität. Umgekehrt kann eine sinkende Akzeptanz soziale Spannungen verstärken und die politische Unterstützung für touristische Projekte mindern.

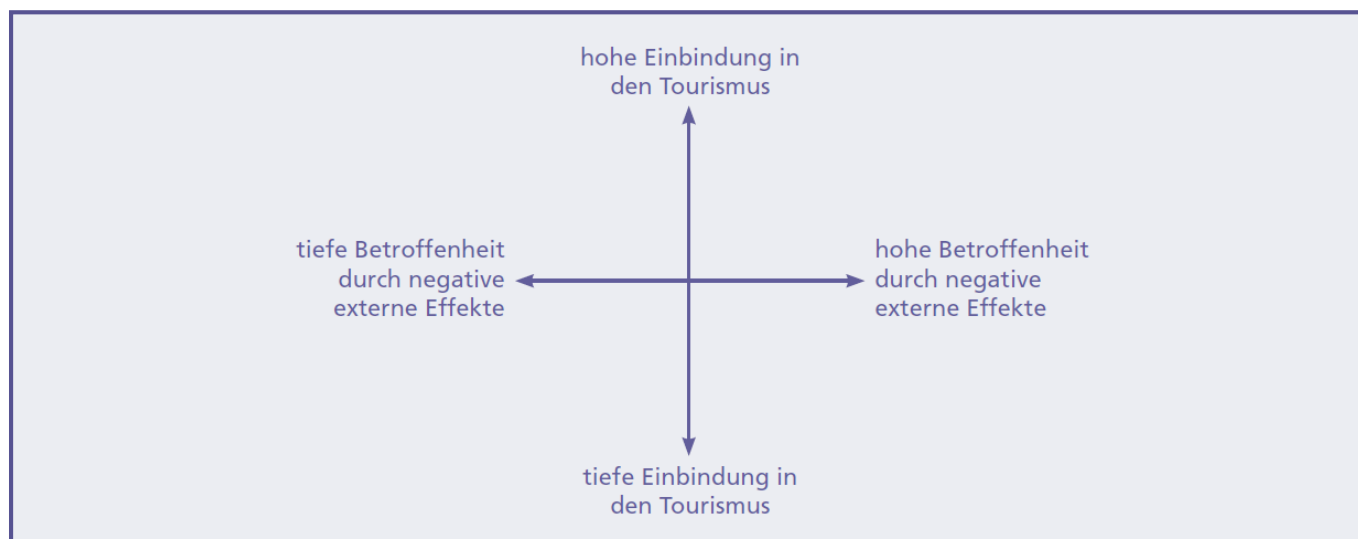
Damit wird deutlich: Ohne gesellschaftliche Rückendeckung lässt sich eine nachhaltige Tourismusentwicklung kaum umsetzen. Tourismusakzeptanz ist nicht nur eine soziale Begleiterscheinung, sondern eine entscheidende Voraussetzung für die Zukunftsfähigkeit des Tourismus.

Was Akzeptanz beeinflusst – und wie sie entsteht

Tourismus wirkt weit über Wirtschaft und Umwelt hinaus: Durch die Begegnungen von Gästen und Einheimischen verändert er das soziokulturelle Gefüge von Destina-

tionen, berührt Gemeinschaftsstrukturen, Lebensstile, Werte und Verhaltensmuster und prägt damit die Lebensqualität vor Ort. Die Akzeptanz oder Ablehnung des Tourismus entsteht im Zusammenspiel verschiedener Faktoren, die die soziokulturellen Effekte prägen. Wichtig sind kulturelle und wirtschaftliche Gemeinsamkeiten zwischen Gastgebern und Gästen, das Verhältnis im täglichen Umgang, der sozioökonomische Status und das Bildungsniveau der lokalen Bevölkerung sowie das Ausmass der wirtschaftlichen Abhängigkeit vom Tourismus. Ebenfalls prägend sind die Sichtbarkeit der Gäste im öffentlichen Raum, die Verfügbarkeit von Rückzugsbereichen für Einheimische sowie die politische und soziale Zusammensetzung einer Region. Gewinnen einzelne dieser Einflussgrössen Überhand, sind Konflikte und soziale Spannungen wahrscheinlicher; die Lebensqualität sinkt, und mit ihr die Bereitschaft, den Tourismus zu unterstützen (Coghlan, 2023).

Entscheidend für die Wahrnehmung des Tourismus sind dabei die Betroffenheit und die Einbindung der Bevölkerung. Je mehr negative externe Effekte getragen werden müssen, desto kritischer fällt die Haltung aus und desto grösser wird der Verständigungsbedarf. Umgekehrt führt eine aktive Mitgestaltung dazu, dass Belastungen eher akzeptiert und weniger konfliktgeladen verhandelt werden. Die im Inputpapier dargestellte Betroffenentypologie macht deutlich, wie die wahrgenommene Betroffenheit und die Rolle im touristischen Geschehen die Bewertung prägen und zentral für die Erarbeitung von Lösungen ist (Ferrante, 1994, in Bandi & Müller, 2021).



Grundschema der Betroffenentypologie. Quelle: Bandi & Müller, 2021 basierend auf Ferrante, 1994, S. 157.

Handlungsfelder zur Förderung von Akzeptanz

Die Förderung der Tourismusakzeptanz ist anspruchsvoll. Informationen, Zahlen und Fakten können das Verständnis für Zusammenhänge verbessern, verändern jedoch allein weder das vielschichtige Tourismusbewusstsein noch die Haltung der

Bevölkerung in verlässlicher Weise. Wirksam wird Akzeptanz dort, wo Menschen gehört werden, mitgestalten können und Kosten und Nutzen fair verteilt werden. Mitsprache, offener Dialog und das Kennen der Chancen sind dabei zentrale Hebel. Zugleich braucht es Transparenz über die Wirkungen, klare Zuständigkeiten so-

wie eine sichtbare Verbindung zur Steuerung der Art und Menge des Tourismus. Akzeptanzpolitik bedingt deshalb immer auch Besucherlenkung – und umgekehrt. Aus dem Inputpapier lassen sich die 23 beschriebenen Massnahmen in sechs eng miteinander verzahnte Handlungsfelder bündeln, die in Tabelle 1 dargestellt werden.

Tabelle 1: Handlungsfelder der Akzeptanzförderung.

Handlungsfeld	Ziel / Funktion	Typische Akteure
Sensibilisierung und Bewusstseinsförderung bei der einheimischen Bevölkerung	Verständnis für Zusammenhänge und Nutzen des Tourismus stärken; Vorurteile abbauen; Wertschätzung für Einheimische sichtbar machen; Tourismuswissen im Alltag verankern (Infos/Newsletter, Schulprogramme, Botschafter:innen).	Gemeinden, DMOs, Schulen/Bildung, lokale Vereine/Organisationen, Medien/Kommunikation, Anbieter (Beherbergung/Gastro/Erlebnis), Einheimische als Botschafter:innen
Sensibilisierung & Information der Gäste	Verantwortungsbewusstes Verhalten fördern (Verhaltenstipps, Regeln); Verständnis für lokale Werte/Kultur stärken; Reibungen im Alltag reduzieren; Begegnungen ermöglichen.	DMOs, Anbieter/Leistungsträger, Touroperators, Gemeinden/Ortspolizei/Info-Stellen, Gästeservices
Monitoring von Problembereichen	Stimmung und Belastungen frühzeitig erkennen; Entscheidungsgrundlagen schaffen; Indikatoren/Schwellenwerte im Akzeptanz-Cockpit definieren; Meldungen bündeln und bearbeiten; transparent berichten.	Öffentliche Hand (Gemeinden/Kantone), DMOs, Forschung/Statistik, Anlaufstellen/Beschwerdemanagement, Anbieter
Teilhabe und Beteiligung der Einheimischen	Mitsprache und Mitgestaltung ermöglichen (Foren, Roundtables, Plattformen); lokale ökonomische Teilhabe erhöhen; exklusive Angebote/Vergünstigungen bereitstellen; Rückzugsbereiche sichern; Dialog Einheimische-Gäste fördern; Governance partizipativ ausrichten.	Gemeinden/Politik/Verwaltung, DMOs, Anbieter, Zivilgesellschaft/Vereine/Nachbarschaften, Moderation/Prozessbegleitung
Anbieter- und Stakeholdereinbezug	Dialog zwischen Anbietern und Bevölkerung institutionalisieren; Touroperators einbinden und sensibilisieren; branchenübergreifende Kooperationen aufbauen; Medienarbeit professionalisieren; Politik faktenbasiert informieren.	Anbieter/Leistungsträger, DMOs, Touroperators/Reiseveranstalter, lokale Wirtschaft/Verbände, Medien, politische Mandatstragende/Verwaltung
Wahrung der sozialen und kulturellen Identität	Lokale Identität und Brauchtum schützen/pflegen; identitätsgerechte Angebotsgestaltung fördern; langfristige, nachhaltige Strategie verankern; Anreiz- und Zertifizierungsprogramme für sozial- und umweltverträgliche Praktiken umsetzen.	Gemeinden/Kantone, DMOs, Kultur-/Heimatvereine, Anbieter/Betriebe, Förderstellen/Programme, Tourismuspolitik

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Müller et al. (2025)

Fazit und strategische Stossrichtungen

Die Förderung der Tourismusakzeptanz ist eine Daueraufgabe. Akzeptanz entsteht nicht automatisch aus wirtschaftlichem Nutzen, sondern eben dort, wo die Bevölkerung Nutzen und Belastungen als ausgewogen erlebt, gut informiert ist und echte Mitgestaltung erfährt. Ausschlaggebend sind die soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus auf den Alltag und die Lebensqualität; wo einzelne Einflussfaktoren überhandnehmen, steigt die Konfliktscheinlichkeit. Frühzeitiges, transparentes und koordiniertes Handeln ist deshalb zentral – stets im Zusammenspiel mit der Steuerung von Art und Menge des Tourismus. Auf dieser Basis lassen sich drei mögliche Entwicklungsszenarien unterscheiden.

Das **minimale Interventionsszenario** verzichtet weitgehend auf systematische Massnahmen. Kurzfristig reduziert dies den Aufwand für Bevölkerung und Anbietende, mittelfristig wachsen jedoch Missverständnisse, Vorurteile und Unzufriedenheit; die Gästezufriedenheit kann sinken und das Destinationsimage kann Schaden nehmen. Das **Dialog- und Kommunikationsszenario** setzt auf kontinuierliche Information und Sensibilisierung von Einheimischen und Gästen – etwa durch Schulprogramme, Informationsmaterial, Dialogveranstaltungen

und Newslettern. Das verbessert das Verständnis, schafft Feedback-Schleifen und stärkt Beziehungen, erfordert jedoch zusätzliche Ressourcen und eine sensible Ansprache, damit Massnahmen nicht als bevormundend wahrgenommen werden. Das **Einbindungs- und Teilhabeszenario** stellt die aktive Mitbestimmung und die ökonomische Teilhabe der Einheimischen in den Mittelpunkt – mit speziellen Angeboten für Einheimische, Beteiligung an Entscheidungen und einem systematischen Akzeptanz-Monitoring. Das stärkt Identität und Stabilität, verlangt jedoch klare Prozesse, die Moderation divergierender Interessen sowie eine konsequente Priorisierung in der Umsetzung.

Für die Praxis bedeutet dies: Erfolgsversprechende Akzeptanzförderung benötigt einen integrierten Ansatz, bei dem Sensibilisierung, Monitoring, Teilhabe und Identitätsarbeit ineinandergreifen und Massnahmen zur Akzeptanz konsequent mit der Besucherlenkung verzahnt sind. Wirksam wird das dort, wo Dialog kontinuierlich gepflegt, datenbasiert entschieden und lokale Besonderheiten sichtbar berücksichtigt werden. Die Chancen liegen in einer proaktiven Gestaltung des Zusammenlebens von Einheimischen und Gästen: Mehr Vertrauen, höhere Gastfreundschaft,

robustere Angebote und eine stärkere politische Unterstützung sind erreichbar, wenn Beteiligung, faire Teilhabe und Transparenz verlässlich funktionieren. Die Herausforderung besteht darin, diese Instrumente abgestimmt einzusetzen, Zielkonflikte offen zu moderieren und ausreichende Ressourcen für Monitoring, Dialog und Umsetzung bereitzustellen – ohne den Tourismus mit Erwartungen zu überlasten, die ausserhalb seines Einflussbereichs liegen.

Der Tourismus kann nicht alle gesellschaftlichen Probleme lösen – Massnahmen müssen sich auf den tourismusbezogenen Einflussbereich konzentrieren und andere Sektoren einbinden, wo es angezeigt ist. Auch auf strategischer Ebene – etwa im Rahmen der Weiterentwicklung der Tourismuspolitik – wird sich zeigen, wie Bund, Kantone, Gemeinden, DMOs und Anbieter die Weichen gemeinsam stellen. Entscheidend ist, die Balance zwischen wirtschaftlicher Attraktivität, ökologischer Tragfähigkeit und gesellschaftlicher Akzeptanz zu sichern. Akzeptanzförderung kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten – wenn sie als gemeinsame Aufgabe verstanden wird, die über Einzelmassnahmen hinausgeht und dauerhaft in Leitbildern, Prozessen und Verantwortlichkeiten verankert ist.

Autorenschaft

Dr. Adrian Müller, Dr. Monika Bandi Tanner, Dominic Beutler, Dr. Samuel Wirth, Felix Walter

Weiterführende Informationen

Inputpapier C:

Müller, A., Bandi Tanner, M., Beutler, D., Wirth, S., & Walter, F. (2025, 6. März). Tourismusakzeptanz und lokale Besucherlenkung: Inputpapier C (Bericht erstellt im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft [SECO]). Universität Bern, Centre for Regional Development (CRED-T) und Ecoplan. https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Standortfoerderung/Tourismus/Newsletter/jul_25/Inputpapier_C_Tourismusvertr%C3%A4glichkeit_TFS_250306.pdf

CRED-Berichte:

https://fft.unibe.ch/forschung/publikationen_und_medien/cred_berichte/index_ger.html

Tourismus-Impulse online:

https://fft.unibe.ch/forschung/publikationen_und_medien/tourismus_impulse/index_ger.html

Quellen

Bandi, M., & Müller, H.-R. (2021). *Grundkenntnisse Tourismus – Eine Einführung in Theorie, Markt und Politik* (Bd. 61). Forschungsstelle Tourismus (CRED-T).

Coghlan, A. (2023). *An introduction to sustainable tourism*. Goodfellow Publishers Ltd.

Eisenstein, B., & Schmücker, D. (2021). Overtourism?! *Zur Tourismusakzeptanz der Bevölkerung in Deutschland. Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung*. Berlin (Schriften zu Tourismus und Freizeit, 25), 33–48.

Ferrante, C. L. (1994). *Konflikt und Diskurs im Ferienort: Wirtschaftsethische Betrachtungen am Fallbeispiel Engelberg*. Forschungs-Inst. für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern.

Hjerm, M., Eger, M. A., Bohman, A., & Fors Connolly, F. (2020). A New Approach to the Study of Tolerance: *Conceptualizing and Measuring Acceptance, Respect, and Appreciation of Difference*. *Social Indicators Research*, 147(3), 897–919. <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02176-y>

Kagermeier, A., & Erdmenger, E. (2019). Das Phänomen Overtourism: Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche. In J. Reif & B. Eisenstein (Hrsg.), *Tourismus und Gesellschaft: Kontakte – Konflikte – Konzepte* (S. 5–16). Erich Schmitt Verlag Berlin.

Müller, A., Bandi Tanner, M., Beutler, D., Wirth, S., & Walter, F. (2025). *Tourismusakzeptanz und lokale Besucherlenkung*. Inputpapier C. Universität Bern / Ecoplan, im Auftrag des SECO.

Quack, H.-D. (2024, März 19). *Warum ist Tourismusakzeptanz so wichtig?*

The Oxford Review. (o. J.). *Difference between tolerance and acceptance – The Oxford Review Encyclopaedia of Terms*.

«TOURISMUS-IMPULSE» vermitteln in geraffter Form Ergebnisse unserer Forschungsarbeiten, die abgeschlossen sind. Bei vertieftem Interesse steht auf unserer Webseite jeweils der entsprechende «FFT-Bericht» zur Verfügung.

Kontakt

Universität Bern/FFT
Schanzeneckstrasse 1
CH-3001 Bern

Tel. +41 (0)31 684 37 11
www.fft.unibe.ch