

Demarking Tourism

4 Szenarien zur Zukunft des Reisens – zwischen Ent-Grenzungen und Vernetzung

von Anja Kirig

Drei Jahre nach dem Einschnitt durch die Pandemie ist die Tourismusbranche weit entfernt von „new normal“ oder einem „old normal“. Und das ist gut so.

Wer sich zukunftsorientiert aufstellen möchte, sollte sich beständig mit Wandel und den möglichen Zukünften vertraut machen. Die Possibilitäten von morgen werden durch übergeordnete Einflussfaktoren im Kontext „Grenzen“ und „Netzwerke“ geprägt.

Die komplexen Themen, die derzeit im Tourismus diskutiert werden, beschäftigen nicht nur die Tourismusschaffenden, sondern auch die angrenzenden Ökonomien. Die **aktuellen Herausforderungen** gleichen sich dabei weltweit. Es dreht sich um Fachkräftemangel, Klimaveränderungen, Energiepreise, Ökologie versus Ökonomie, Immobilienpreise – und damit stets auch einhergehend lokale Sicherheiten versus überregionale Interessen. Diese Fragestellungen, die nicht ganz so brandneu sind, wie sie gerne diskutiert werden, haben sich durch aktuelle Krisen und Wandlungsprozesse jedoch deutlich zugespitzt.

Prinzipiell spiegeln sich somit in den Themen nicht nur die Transformation des Reisemarktes wider, sondern auch die Frage, wie Destinationen sich künftig aufstellen sollten, um die Balance zwischen einem lebenswerten Raum und attraktivem Reiseziel aufrecht zu erhalten. Hier treffen unterschiedlichste Interessensgruppen aufeinander. Betroffen sind dabei u.a. Raumplanung wie Stadtentwicklung und nicht zuletzt die betroffenen Menschen. Die lokale Bevölkerung wie auch die Reisenden selbst dürfen künftig nicht nur Inhalt sein, sondern müssen ein wesentlicher Teilnehmer einer kommenden Debatte werden.

Neben diesen strukturellen Fragestellungen, die von globalen Themen wie Neo-Ökologie, New Work oder auch Mobilität stark geprägt sind, ist ein übergeordneter Blick relevant.

Weitet man den Blick, können zwei wichtige Treiber (und ihre Antipoden) für die Reisemärkte der Zukunft definiert werden. Ausschlaggebend wird dabei die Entwicklung von Grenzen und Vernetzung sein. Vier Zukunftsszenarien lassen sich daraus ableiten. Diese bieten sich als Arbeitshypothese an, möchte man sich strategisch und operativ den oben angesprochenen strukturellen Themen widmen.

Die beschriebenen Szenarien geben dabei nur eine kurze Idee der möglichen Zukunft wieder



Szenario 1:

Back to pre-pandemic

Tourismus als Fast-Fashion-Konsumartikel

Der Tourismus entwickelte sich wieder auf das Niveau wie vor der Pandemie. Vergleichbar mit der Zeit vor dem Corona-Ausbruch wird das Reisen von einer Entgrenzung definiert, im Sinne von unlimitiertem Reisevergnügen. Es existiert erneut eine unüberschaubare Fülle von Möglichkeiten, Wahl- und Reisefreiheiten zwischen Orten, Destinationen, Jahreszeiten, Anbietern und Angeboten. Reisen ist ein selbstverständlicher Teil des Alltags, der wie andere Artikel in einem Überangebot vorhanden ist und entsprechend konsumiert wird. Massentourismus und Individualtourismus wachsen gleichermaßen.

Die Customer Journey ist losgelöst von seinen Phasen, mehr eine Gleichzeitigkeit ohne Anfang, Mitte oder Ende. Unterwegs wird das nächste Ziel gebucht, das aktuelle erweitert, ergänzt und/oder verändert. Reisen ist eine Immervorfügbarkeit für einen Großteil der Weltbevölkerung. Die Auswahl der Reiseoptionen reicht von Low-Budget bis High-End-Luxus. Jeder Flecken der Erde kann sich mit mehr oder auch weniger Geld erschlossen werden.

Nicht selten ist ein Angebot zum Dumping-Preis erhältlich. Tourismus als Wirtschaftskraft dominiert Orte und ganze Nationen, der Sektor zählt zu einem der wichtigsten Wirtschaftstreiber. Auch die bisher weniger erschlossenen Nationen haben sich trotz Auswirkungen von Klimawandel, instabilen oder umstrittenen politischen Verhältnissen als Reiseziele etabliert. Nachdem Saudi-Arabien sich 2019 für den Tourismus öffnete, folgen andere bis dato abgeschlossene Nationen mit offensiven Strategien. Sie verbessern ihre Infrastrukturen und umwerben Reisende mit ihren bis dato wenig erschlossenen Reisezielen.

Grenzen spielen dabei gleichzeitig für viele Reisen kaum noch eine Bedeutung. Insbesondere aus massentouristischer Perspektive ist es erneut egal, in welchem Land sich das Ressort befindet oder die Kreuzfahrt hingehet. Sehenswürdigkeiten werden in einer All-You-Can-Eat-Mentalität einverleibt. Immer mehr, günstiger und extremer heißt die Devise. Von jung bis alt, arm bis reich – die Welt steht für immer mehr Menschen offen.

Ökologische Grenzen werden dabei ignoriert, sowohl von Reisenden wie auch Tourismusschaffenden. Die Belastbarkeit von Orten und Destinationen wird durch die schieren Massen an Besuchern überstrapaziert. Andere Orte fallen dabei parallel von der Landkarte. Ob Over- oder Undertourism – sowohl Touristen wie auch lokale Bevölkerung leiden unter den Folgen von Kooperationsverweigerungen, Intransparenz und mangelndem Verständnis für etwaige Grenzen. Während einige Orte nachhaltig durch zu viele Touristen geschädigt werden, in ihrer Substanz, Lebensqualität und Naturraum, mangelt es anderen Orten an verfügbaren Mitteln, um eben Substanz, Lebensqualität und Infrastruktur überhaupt erhalten zu können.

Fehlende Kooperationen, dafür weitere Alleingänge der einzelnen Organisationen, Verbände, Unternehmen und Destinationen lassen den Tourismus immer mehr zu einem Fast Fashion-Konsumartikel avancieren.

Szenario 2

Exklusiv und Selektion

Reisen im abgesicherten Modus

Eine neue Virusvariante im Winter 2024 hat für neue, bleibende Begrenzungen im Reisen gesorgt. Durch den erneuten Zwangsstopp wurde das Reisen wieder zu einem exklusiven Gut. Die erlebte neue Wertigkeit veränderte nachhaltig das Reisen. Die Destinationen waren vorbereitet, die während den vorherigen Wellen entwickelten Konzepte kommen verbessert zum Tragen.

Zwischen 2020 und 2022 haben viele zuvor hoch frequentierte Destinationen erleben können, wie sehr die lokale Lebensqualität mit weniger Gästen korreliert. Gleichzeitig haben andere, zuvor kaum besuchte Orte ein neues Interesse bei Reisenden verzeichnen können. Die während dieser Zeit entstandenen Tourismuskonzepte prägen die kommenden Jahre. Speziell Ökotourismusinitiativen oder Projekte zur Erhaltung des kulturellen Erbes dominieren dabei die Diskussion und Strategien. Aber auch Sicherheit und Schutz vor Gentrifizierung, internationale Investoren prägen die Ausrichtung der Abschottung.

Ob Louvre oder Venedig, Kanaren oder Kyoto – die Evergreens des Tourismus beschränken die Anzahl der Gäste. Unterschiedliche Methoden dienen hierfür als Werkzeug. Von First-come-first-served über Visabeschränkungen, Gesundheitszertifikate, Verhaltensverträge, Verlosungen oder auch finanzielles Volumen. Auch neue geopolitische Konflikte sorgen für den Ausschluss von Reisenden aus bestimmten Regionen. Innenpolitische Unruhen bewirken, dass Ziele nicht mehr zugänglich sind und gesperrt werden.

Sicherheit bleibt ein Thema. Neben gesundheitlichen Vorkehrungen sind es zunehmend auch nachhaltige Sicherheitsvorschriften, welche ein unbeschwertes Reisen verkomplizieren. Der Pro-Kopf-Verbrauch an natürlichen Ressourcen ist mit ausschlaggebend für die Möglichkeiten, eine Reise zu buchen oder anzutreten. Der Privathandel floriert, in dem sich die Bevölkerung gegenseitig Ressourcen-Quoten verkauft. Wer wenig Geld hat und wenig verbraucht, verkauft seinen Anteil über Plattformen an Menschen, die ihr jährliches Volumen bereits verbraucht haben.

Dabei selektieren nicht nur die Orte oder Staaten, sondern auch die Anbieter, wer wohin reisen kann und wer als Gast willkommen ist. Nicht längst ist mehr jeder als Kunde willkommen. Es werden Listen geführt, wer sich wie in der Vergangenheit verhalten hat und/oder unangenehm aufgefallen ist. Wer sich nicht an örtliche Regeln hält, wird gesperrt.

In dem Zuge entwickeln sich neue exklusive Reisedestinationen, in denen Mitgliedschaften für Zugang sorgen. Auch Reiseanbieter führen immer mehr eine Membership ein, durch die noch besser zurückverfolgt werden kann, wer welche Reisereputation und Reisebiographie mit sich bringt. Dabei spielen nicht immer Geld und finanzieller Background eine Rolle. Eine inflationäre Weltwirtschaft sorgt jedoch dafür, dass das Reisebudget sorgfältiger eingesetzt wird.

International gehen die Tourismuszahlen deutlich zurück. Der Inlandsreiseverkehr nimmt jedoch zu, da die Menschen nach Urlaubsmöglichkeiten innerhalb ihres eigenen Landes suchen. Staycation, Verreisen in der eigenen Region und der näheren Umgebung wird für viele zur einzigen Alternative.

Szenario 3

Vergrenzungen

Reisen im resonanten Netzwerk

Individualreisen ist zwar der Status Quo, findet aber mehr denn je im Rahmen von neuen Wirkkulturen und Netzwerken statt. Das Erleben von Community, gegenseitiger Unterstützung und Austausch auf Augenhöhe öffnet Menschen Zugänge zu Reiseerfahrungen, die zuvor davon weitgehend ausgeschlossen waren. Konzepte wie „Urlaub gegen Hand“, Wohnungstausch und ein Neo-Revival von „Couchsurfing“ erleben hohen Zulauf und haben Konjunktur.

Durch den Wunsch nach Resonanz wird stark auf eine Echtheit in der Kommunikation wie auch Begegnung geachtet. Reisebilder, die Erzählungen voller Vorurteile aufgreifen, gehören der Vergangenheit an. Tradition wird respektiert und die Vergangenheit im Dialog neu beleuchtet. Resonante Reisenetzwerke stellen wichtige Elemente in einer postkolonialen Welt dar. Travel Literacy gehört zum guten Ton der Unterwegskultur. Das Wissen um Grenzen, das respektieren lokaler Gegebenheit und der stete Austausch innerhalb der Reisenetzwerke mit Akteuren wie Gastgebenden wird fester Bestandteil des Reise-Wissens.

Grenzen spielen zwar weiterhin eine Rolle, doch gleichzeitig wird überregional gedacht und agiert. Der Tourismus vernetzt sich zunehmend. Länder nutzen ihre Ressourcen, Netzwerke und Informationen gemeinsam, um den Reisenden den Besuch verschiedener Orte zu erleichtern. Einzelne Interessensverbände, Regionen und Gebiete schließen sich zu Travel-Hubs zusammen. Diese Kooperationen besitzen nicht zwingend eine gemeinsame Grenze, definieren sich über gemeinsame Identitäten, politische Interesse, ökonomisch-ökologische Visionen oder auch über einen neuen sozial-ethischen Kriterienkatalog. Reisende finden hier die für sie passenden Gemeinschaften – individuell oder auch professionell organisiert.

Regionen versuchen über gezielte Reiselenkung gegenseitig den sich aufgrund von Klimawandel verändernden Sommer- und Wintertourismus auszugleichen. Innerhalb dieses Zusammenarbeitens ist es für Einzelne ohne Beschränkungen möglich, bedingungslos zu reisen und sich aufzuhalten. Darüber ergeben sich auch neue wirtschaftliche Vernetzungen. Immer mehr verschmelzen die Grenzen zwischen Urlaub und Geschäftsreisen.

Digitale Nomaden werden von einzelnen Regionen besonders gefördert, wenn auch mit Auflagen. Nahezu alle Nationen vergeben Visa an diese wachsende Gruppe. Die Konditionen sind unterschiedlich: In besonders beliebten Destinationen sind Visa teurer, in anderen muss ein Beitrag für die lokale Bevölkerung oder Natur geleistet werden. Die Negativeffekte, die mit den digitalen Nomaden die Orte erreichen, sie zahlen keine lokalen Steuern, treiben Mietpreise in die Höhe und sorgen damit für eine Gentrifizierung, werden aber durch vermehrten Austausch zwischen Lokalbevölkerung, Wirtschaft und den Vertretern der Digitalen Nomaden gelöst. Ihre Präsenz ist häufig ein Boost für soziokulturelle Veränderungsprozesse, dessen kreatives Potenzial als Ressource entdeckt wird. Die lokale Wertschöpfung ist eine Vernetzungsaufgabe geworden.

Weltweit spannt sich ein Zugnetz aus, welches die Travel-Hubs miteinander verbindet und auch Kontinente wieder vereint. Grenzüberschreitende Züge lassen sich zuverlässig finden. Die Zugreise hat einen neuen Wertestatus erlangt, nicht nur als Fortbewegungsmittel, sondern um ganz unterschiedliche, individuelle Reise-Motive zu erfüllen: Entschleunigung, Spaß, Arbeit, Vernetzung, Erfahrungen.

Szenario 4

Polydimensional

De-Grenzung durch neue Technologien

Tourismus ist gelebte Konnektivität geworden. Vor allem die technischen Innovationen sind es, welche das Reisen aus den bekannten Dimensionen entkoppeln. Technologien ermöglichen dabei den Reisenden, umfassendere und aktuellere Informationen über die wichtigsten Phasen der Customer Journey zu erhalten. Reisen können so noch effizienter, spontaner und individueller geplant werden.

Das Metaverse erweiterte dabei maßgeblich die Möglichkeiten des Erfahrens und Erlebens. Virtual-Reality-Erlebnissen ermöglichen es der Unterwegskultur, Ziele und Sehenswürdigkeiten zu erkunden, ohne physisch vor Ort sein zu müssen. Die Orte lassen sich für einen Bruchteil des sonstigen Budgets besuchen. Gleichzeitig werden nicht zugängliche Sehenswürdigkeiten rekonstruiert und erfahrbar. Die Tourismusbranche erlebt einen Aufschwung in einem hybriden Markt. Virtuelle Reisen werden als begehrtes Produkt gehandelt und verkauft. Eventtourismus findet mit hybriden Layern statt. Physische-Digitalität ist gelebte Realität.

Die Zahl der verfügbaren Reiseziele steigt so ins Unermessliche. Die Extended Realities mit ihren unterschiedlichen Angeboten fördern wiederum bestimmte Ziele, indem sie Begehrlichkeiten und Sehnsüchte wecken. Besucherlenkung wird durch einen klugen Einsatz von Technologien jedoch besser möglich. Davon profitieren die Ziele und ihre Bewohner. Einst einzelne Leuchtturmprojekte ist heute jede Destination „smart“ und „vernetzt“. Nachhaltigkeit kann durch Datenerhebung und gezielter Nutzung umgesetzt werden.

Auch das Metaversum wird für eine nachhaltigere, effizientere und kostengünstigere Reiseplanung genutzt, nicht nur Informationen lassen sich anders und schneller abrufen, auch Angebote und Beratung werden hier getätigt. Allerdings kommt es durch die grenzübergreifend tätigen Anbieter immer wieder zu Diskussionen über Verbraucherschutz und Rechtssicherheit. Es ist ein Spielplatz ohne Regeln für Unternehmen, Anbieter, Arbeitnehmende und Kundschaft.

Parallel zu der Rechtsunsicherheit entwickelt sich jedoch eine Vernetzung auf Augenhöhe. Blockchain-Technologien demokratisieren auch den Tourismus. DAO's, dezentralisierte, autonome Organisationen, sind die neuen selbstverwalteten Player, welche nach und nach die einstigen Buchungsplattformen vom Markt drängen. Sie entmachten die Zwischenhändler und ermöglichen transparente und vertrauensbasierte Käufe und Buchungen via Smart Contracts. Das sorgt für eine neue Transparenz und Sicherheit bei Ticketing und Reisebuchungen. Die Reisekosten sinken durch diese Buchungen ohne die Zwischenhändler.

Grüne Technologien lassen nicht-endliche Ressourcen möglich werden, was sich auf die Preise auswirkt. Mobilität wird sauberer und günstiger, wodurch es für Reisende einfacher und erschwinglicher wird, unterwegs zu sein.

Erst noch auf dem Weg in den Mainstream ist der Weltraumtourismus. Space Travel ist etwas für Gutbetuchte und vergleichbar mit der Exklusivität der Kreuzfahrt des frühen 21. Jahrhunderts. Durch immer mehr Konkurrenz, bessere und effizientere Techniken zeichnet sich aber ab, dass es bald aus dem gehobenen Segment heraustraten wird. Es zeichnet sich ab, dass Orbit-Tourismus von Urlaub auf dem Mond oder in speziellen Weltraumstationen abgelöst wird. Der Tourismus hat damit definitiv die Grenzen der Erde verlassen.

Anja Kirig
Zukunfts- und Trendforscherin
info@anjakirig.de
anjakirig.de

Anja Kirig ist freiberuflich als Zukunfts- und Trendforscherin tätig. Sie arbeitet mit der Methodik der Megatrends und den sich daraus ableitenden soziokulturellen Entwicklungen. Dabei liegt ihr Schwerpunkt u.a. auf der Tourismus-, Sport- und Freizeitkultur. Zur Zukunft des Tourismus forscht sie seit 2006 („Tourismus 2020“, Zukunftsinstitut). Zuletzt erschien von ihr zu dem Thema im Rahmen der Studie „Valuetainment“ ein Beitrag zur „Zukunft des Events“ (Zukunftsinstitut, 2022).