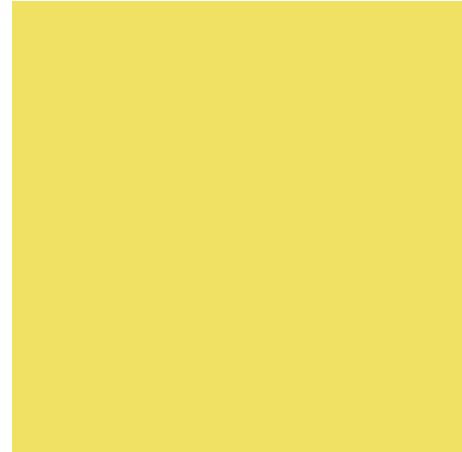
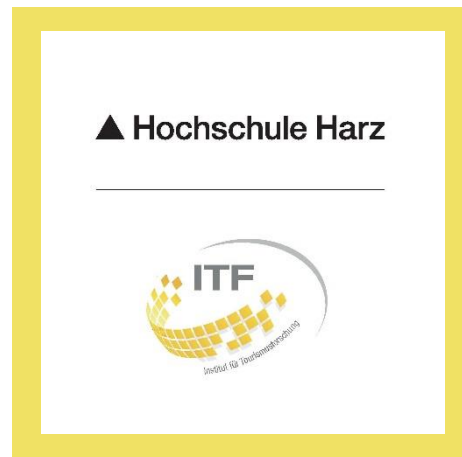


Praxisleitfaden Tourismus für Alle –

Leitlinien für die Entwicklung barrierefreier Angebote in den Kommunen im Land Sachsen-Anhalt

Eine Vorgangsbeschreibung für die barrierefreie, touristische Gestaltung von Destinationen



Bildquelle: Reisen für Alle, www.deutschland-barrierefrei-erleben.de

gefördert vom
Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt,
Referat Tourismus

Projektdurchführung & Bearbeitung

ITF – Institut für Tourismusforschung an der Hochschule Harz

Prof. Dr. Axel Dreyer

Juliane Ratz M.A.

www.hs-harz.de/itf

Wernigerode, Februar 2015

Inhalt

1	Einführung.....	5
2	Warum barrierefreier Tourismus?.....	7
2.1	Gesellschaftliche Verantwortung und gesetzliche Rahmenbedingungen.....	7
2.2	Wirtschaftliche Potenziale.....	9
3	Wer benötigt barrierefreien Tourismus und warum?	15
3.1	Menschen mit Mobilitätseinschränkungen.....	18
3.2	Menschen mit Seh- und Höreinschränkungen und Blinde.....	19
3.3	Menschen mit Höreinschränkungen und Gehörlose.....	20
3.4	Menschen mit geistiger- und Lernbehinderung	20
4	Wie verreisen Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen?.....	22
5	Was erwarten Menschen mit Handicap in ihrem barrierefreien Urlaub?	25
6	Was resultiert aus diesem Wissen für die Entscheidungsträger in den Regionen? .	44
7	Zehn Schritte der Umsetzung	46
7.1	Nachhaltige Verankerung in der strategischen Planung	48
7.2	Bekanntnis der Entscheidungsträger und Festlegung der Zielgruppen	51
7.3	Einbeziehung relevanter Akteure und nachhaltige Netzwerkarbeit	58
7.4	Erarbeitung idealtypischer Gästepfade.....	65
7.5	Status-Quo Ermittlung auf Grundlage von Anforderungsprofilen.....	71
7.6	Auswahl und Festlegung der Maßnahmen.....	78
7.7	Fördermittelakquisition	81
7.8	Bauliche Umsetzung.....	83
7.9	Wissenstransfer und Qualifizierung der Anbieter	86
7.10	Einbindung in die Kommunikation und den Vertrieb an den Gast.....	93
8	Die 10 Schritte der Umsetzung mit ihren Einzelmaßnahmen im Überblick.....	100
9	Literatur.....	103

Selbst der längste Weg beginnt mit dem ersten Schritt.

Lao Tse (600-400 v. Chr.)

1 Einführung

Paul Mustermeyer gleitet in seinen Rollstuhl, verlässt das Hotelzimmer und gelangt mit dem Fahrstuhl in das Erdgeschoss. Auf dem Weg zum Ausgang verhindert eine Stufe in dem denkmalgeschützten Haus ein reibungsloses Fortkommen. Aber seine Frau bugsiert den Rollstuhl über das Hindernis. Auf geht es in die Altstadt, in der das Kopfsteinpflaster zwar schön anzusehen ist, aber der Federung des Rollstuhls alles abverlangt. Der Weg zum Museum ist nicht weit, aber immer wieder muss Paul Mustermeyer Slalom fahren zwischen den mobilen Werbeaufstellern (so genannten „Passantenstoppfern“), die für neue Produkte und Waren im Sonderangebot werben. Schließlich im Museum angekommen, geht alles ganz reibungslos. Der letzte Umbau der Eingangshalle erfolgte behindertengerecht. Für die Modernisierung der Ausstellungen fehlte bisher aber noch das Geld. Die Beschriftung der Exponate ist zu klein, das Glas spiegelt und die Tafeln sind zu hoch angebracht.

Die Herausforderung

Die kleine Geschichte zum Einstieg zeigt, mit welchen alltäglichen Herausforderungen Menschen mit Einschränkungen zu tun haben. Die Vorstellung von Barrierefreiheit bedeutet, dass Menschen unabhängig von einer eventuell vorhandenen Behinderung einen (möglichst) uneingeschränkten Zugang zu ihrem gewünschten Lebensumfeld haben. Dies gilt sowohl für das alltägliche Leben als auch für das Reisen. Obwohl die Idee eines *Tourismus für Alle* mittlerweile um sich greift, ist „die Zugänglichkeit und Nutzbarkeit touristischer Destination für alle Reisenden ohne Benachteiligung, ohne generelle Zugangsbeschränkung für einzelne Gruppen und unabhängig von einer Behinderung“¹ längst noch nicht Wirklichkeit – und das obwohl Barrierefreiheit schon länger gesetzlich verankert ist.

Sicher ist es kein leichtes Unterfangen, jede Lebenslage und jeden Reiseverlauf barrierefrei zu gestalten. Deshalb ist es zwar notwendig, eine konkrete Vorstellung vom Idealzustand zu haben, sich diesem aber Schritt für Schritt zu nähern, um nicht an der scheinbar unmöglich wirkenden Gesamtlösung zu verzweifeln. Für den Tourismus werden idealtypische Reiseverläufe entworfen, so genannte Customer Journeys, an denen die Verbesserungen vorgenommen werden. Ein barrierefreier Reiseverlauf kommt nicht nur Personen mit Einschränkungen zugute, sondern macht eine Reise auch für alle anderen bequemer; er ist ein wesentliches Qualitäts- und Komfortmerkmal im Rahmen des touristischen Angebotes.

Das Projekt

Die Herstellung von Barrierefreiheit zur Verbesserung der Lebensqualität aller Menschen ist als gesamtgesellschaftliche Querschnittsaufgabe anzusehen, der sich auch der Tourismus im Land Sachsen-Anhalt stärker annehmen muss; nicht nur um Menschen die gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichem Leben zu ermöglichen, sondern auch, um nicht den Anschluss an andere in- und ausländische Reiseländer und -regionen zu

¹ ADAC (Hg.) (2003), S. 7f.

verlieren. Im **Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2020** wird dazu ausgeführt: „Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der überwiegend älteren Gästestruktur in Sachsen-Anhalt ist der Ausbau der Barrierefreiheit in der touristischen Infrastruktur zwingend. Gleichzeitig müssen mehr Angebote im Sinne des Tourismus für Alle entwickelt werden. Daher muss durch die öffentlichen und die privaten Anbieter touristischer Leistungen in den Ausbau des Angebotes und deren Bewerbung investiert werden.“² Barrierefreiheit gehört neben Qualität und Nachhaltigkeit zu den Basisfaktoren des touristischen Angebots in Sachsen-Anhalt. Hierbei müssen die Städte und Kommunen mit einem signifikanten Schritt vorangehen, damit sich deren Engagement auf weitere Anbieter überträgt.

Vor diesem Hintergrund formulierte das Institut für Tourismusforschung der Hochschule Harz Leitlinien für die Entwicklung barrierefreier Angebote in den Kommunen im Land Sachsen-Anhalt. Ziel war es, in Sachsen-Anhalt die barrierefreie touristische Gestaltung nicht nur einzelner Leuchttürme, sondern ganzer Destinationen voranzutreiben. Dies geschah im Rahmen der Qualifizierung des Luthertourismus unter Beteiligung von Lutherstadt Eisleben und Mansfeld-Lutherstadt. Die gesammelten praktischen Erfahrungen wurden im vorliegenden Leitfaden verwertet. Das Projekt berücksichtigte und bündelte die Erkenntnisse anderer, auch landesweiter Projekte (z.B. *Reisen für Alle*), um das Rad nicht neu zu erfinden, sondern es zum Laufen zu bringen.

Der Leitfaden

Im Sinne der Customer Journey wurde der vorliegende Leitfaden beispielhaft entlang der touristischen Servicekette eines Luthertouristen mit zwei Modellorten erprobt. Inhalt des Leitfadens ist eine Beschreibung der Vorgänge und Arbeitsschritte, um den Kommunen im Land Sachsen-Anhalt ein Hilfsmittel zur Bewältigung des langwierigen Prozesses der barrierefreien touristischen Gestaltung ihrer Destinationen anzubieten. Für die Vorgehensweise bei der Erstellung des Handbuchs wurde ein pragmatischer Mittelweg, bestehend aus theoretischen Kenntnissen einerseits und praktischen Erfahrungen andererseits, gewählt. Betroffene wurden in allen Phasen einbezogen, um Maßnahmen immer aus Sicht der Bedarfslage von Menschen mit Handicap zu entwickeln.

Für den schnellen Leser

Nicht jeden Leser dieses Leitfadens interessieren alle Hintergründe und Zusammenhänge. Deshalb haben wir sowohl Basisinformationen als auch Checklisten als Kästen im Text hervorgehoben. Außerdem sind die aus Sicht der Verfasser ganz **besonders wichtigen Seiten am Rand farblich markiert**. Damit ist die Hoffnung verbunden, dass eine schnelle Orientierung möglich ist.

² Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) (2014), S. 10.

2 Warum barrierefreier Tourismus?

Barrierefreiheit ist ein bedeutendes sozialpolitisches Thema und birgt ein großes wirtschaftliches Potenzial für den Tourismus, stellt jedoch auch eine große Herausforderung dar. Dieser Abschnitt soll aufzeigen, warum barrierefreier Tourismus zum einen eine verpflichtende soziale Aufgabe und zum anderen ökonomisch und wettbewerbspolitisch interessant ist.

2.1 Gesellschaftliche Verantwortung und gesetzliche Rahmenbedingungen

Was bedeutet barrierefrei?

Barrierefreiheit - § 4 im Behindertengleichstellungsgesetz (BGG)

„Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.“

Quelle: Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen (Hg.) (2014), www.behindertenbeauftragte.de

Jeder Mensch soll in seiner Individualität akzeptiert sein. Es gilt seitens der Gesellschaft Rahmenbedingungen zu schaffen, dass Menschen mit besonderen Bedürfnissen gleichberechtigt und in vollem Umfang am gesellschaftlichen Leben und somit auch am Tourismus im Sinne eines selbstbestimmten Lebens partizipieren können. Ausdrucksstark in diesem Zusammenhang sind Aktivitäten und Kampagnen im Rahmen der Behindertenpolitik und zahlreicher Verbände, die sich für die Belange der Menschen mit Handicap einsetzen. Beispiele finden sich hier:

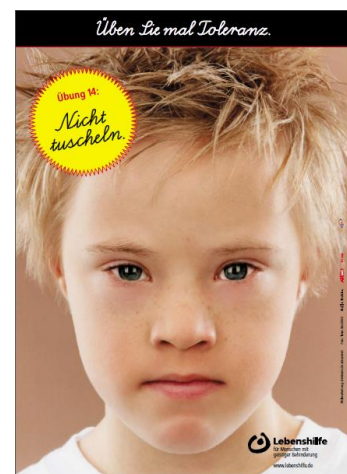
Abb. 1: Ausgewählte Kampagnen



Quelle: Caritas (Hg.) (2011), www.pres-seportal.de



Quelle: Bündnis 90/Die Grünen im Rhein-Kreis Neuss (Hg.), www.gruene-rhein-kreis-neuss.de



Quelle: Bundesvereinigung Lebenshilfe (Hg.) (2004) www.lebenshilfe.de

Der Tourismus (Bestrebung eines *Tourismus für Alle*) hat dabei zwei Effekte: Ein barrierefreies Reiseziel ist nicht nur für Touristen essentiell bzw. förderlich, sondern auch Einheimische profitieren von Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit.

Es gilt sowohl die Zugänglichkeit der Reiseziele selbst als auch der Urlaubsangebote vor Ort gezielt zu erweitern und qualitativ zu verbessern. Und dies gleichermaßen für den baulichen, verkehrlichen und öffentlichen Raum sowie für dazugehörige Dienstleistungen. Außerdem sind Barrieren im Bereich Information und Kommunikation abzubauen.

In der ADAC-Studie aus dem Jahr 2003 wird der barrierefreie Tourismus im Sinne eines *Tourismus für Alle* wie folgt beschrieben: „Das Konzept vom „Tourismus für Alle“ umfasst im Sinne des

Anfänge der „Tourismus für Alle“-Bewegung

„Abgeleitet aus dem Prinzip des „*Design für Alle*“ etablierte sich seit den 1980er Jahren auf nationaler wie internationaler Ebene die *Tourismus für Alle*-Bewegung. Als Auslöser dieser Kampagne in Europa gilt der sog. »Baker-Report«, der 1989 vom englischen Fremdenverkehrsamt veröffentlicht wurde (THE ENGLISH TOURIST BOARD 1989). Dieser Bericht empfahl der englischen Tourismusindustrie, Urlaubsangebote für alle KundInnen zugänglich zu machen, unabhängig von Behinderung, Alter, familiärer oder finanzieller Situation.“

Quelle: ADAC (Hg.) (2003), S. 7

„Designs für Alle“ die Zugänglichkeit und Nutzbarkeit einer touristischen Destination für alle Reisenden ohne Benachteiligung, ohne generelle Zugangsbeschränkung für einzelne Gruppen und unabhängig von einer Behinderung.“³

Der rechtliche Rahmen

Barrierefreiheit umfasst laut dem Deutschen Behindertengleichstellungsgesetz „nicht nur die Herstellung der baulichen⁴, verkehrlichen und organisatorischen Zugänglichkeit von öffentlichen wie privaten Räumen und Dienstleistungen. Barrierefreiheit schließt auch den Abbau von Barrieren in den Bereichen Information und Kommunikation ein.“⁵

Auf Basis dieser Ausführungen ist bei der Schaffung von Barrierefreiheit von einer gesamtgesellschaftlichen Querschnittsaufgabe zu sprechen, die die Verbesserung der Lebensbedingungen für alle Menschen zum Ziel hat.⁶

³ ADAC (Hg.) (2003), S. 7f.

⁴ Die Website www.nullbarriere.de liefert einen Überblick über die relevanten DIN-Normen für barrierefreies Planen, Bauen und Wohnen.

⁵ ADAC (Hg.) (2003), S. 6.

⁶ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 7.

Meilensteine der Behindertenpolitik

Die wohl bedeutendste gesetzliche Grundlage zur Schaffung von Barrierefreiheit im Sinne des Vorgehens gegen Benachteiligung und Diskriminierung für Menschen mit Handicap in Deutschland ist das am 1. Mai 2002 in Kraft getretene Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (Behindertengleichstellungsgesetz). Diesem Gesetz gingen zahlreiche weitere Schritte der Behindertenpolitik voraus. Zwei sollen an dieser Stelle genannt werden: Beispielsweise die Verankerung des Benachteiligungsverbotes im Grundgesetz (1994) sowie eine Rechtsgrundlage im Sozialgesetzbuch zur Rehabilitation und Teilhabe aus dem Jahr 2001. In Letzterem sind Regelungen und Vorschriften verfasst, die darauf abzielen, Menschen mit Beeinträchtigung die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und Führung eines selbstbestimmten, eigenständigen Lebens zu ermöglichen. Ein weiterer Meilenstein ist das 2006 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen beschlossene Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderung. Im Artikel 30 Absatz 1 dieser UN-Behindertenrechtskonvention ist beispielsweise die gleichberechtigte Teilhabe am kulturellen Leben für Menschen mit Behinderung verankert. Die dort aufgeführten Maßnahmen sollen neben vielen anderen Bereichen zur „Sicherstellung des Zugangs zu Sport-, Erholungs- und Tourismusstätten sowie des Zugangs zu Dienstleistungen der Organisatoren von Erholungs-, Tourismus-, Freizeit-, und Sportaktivitäten“ beitragen. In Deutschland ist die Umsetzung der Behindertenrechtskonvention am 26.03.2009 in Kraft getreten.

Quelle: Praetor Intermedia UG (Hg.), www.behindertenrechtskonvention.info; Deutsches Institut für Menschenrechte e. V. (Hg.), www.institut-fuer-menschenrechte.de

2.2 Wirtschaftliche Potenziale

Gute Gründe für Barrierefreiheit

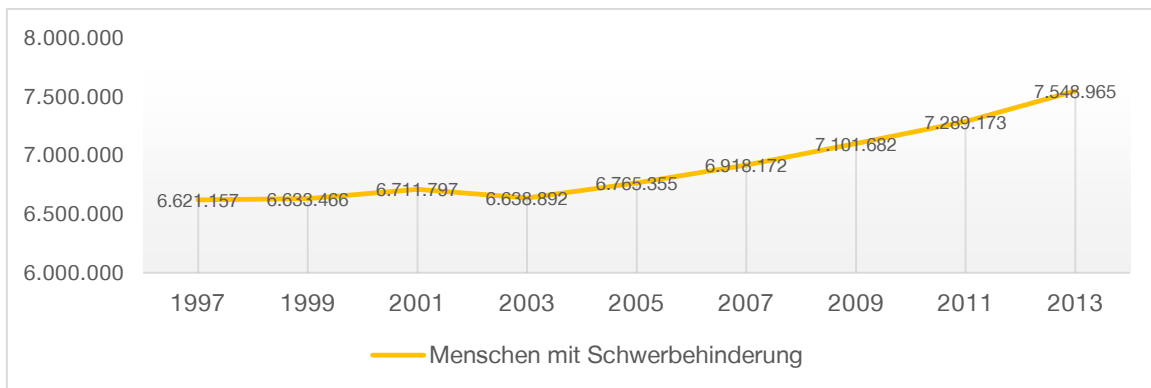
Vielerorts haben städtische und touristische Akteure die Chancen eines barrierefreien Tourismus hinsichtlich Image, Wettbewerbsposition, Marktanteil etc. bereits verinnerlicht, sehen sich jedoch vor der Herausforderung der Umsetzung. Wieder andere lehnen jedoch die barrierefreie Umgestaltung aufgrund der befürchteten hohen Investitionssummen ab.⁷ Zum Teil ist den Akteuren auch das tatsächliche Marktvolumen eines barrierefreien Tourismus nicht bekannt und es herrscht stellenweise die Meinung, dass die Kosten der Umgestaltung in keinem Verhältnis zu der geringen Anzahl an Menschen mit Behinderungen, die derartige Angebote benötigen, stehen. Daher soll an dieser Stelle der Blick auf das Marktpotenzial eines barrierefreien *Tourismus für Alle* – auf Basis von Erhebungen, Statistiken und Hochrechnungen – gerichtet werden. Und das, obwohl sich eine Kommune weniger aufgrund der wirtschaftlichen Potenziale, sondern vorzugsweise aufgrund dem Eingeständnis der gesellschaftlichen Verpflichtung heraus, allen Menschen Zugang zu Städten, Regionen, kulturellen und naturräumlichen Erbe zu ermöglichen, eine barrierefreie Gestaltung anstreben sollte.

⁷ Siehe dazu vertiefend auch die Broschüre der Schweizerischen Fachstelle für behindertengerechtes Bauen (Hg.) (2004), www.hindernisfrei-bauen.ch.

Aufgrund von lückenhaftem bzw. nicht erhobenem Datenmaterial in Deutschland ist es schwer, das genaue Marktpotenzial des barrierefreien Tourismus exakt zu beziffern. Grund dafür ist, dass nur der Anteil der Bevölkerung mit einem Behinderungsgrad ab 50% in der Schwerbehindertenstatistik erfasst wird. Insgesamt lebten zum Jahresende 2013 rund 7,5 Mio. Menschen mit Schwerbehinderung in Deutschland. Tatsächlich hat der Anteil an Menschen mit Schwerbehinderung im Jahr 2013 bereits 9,4% der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung ausgemacht.⁸ Von diesen waren zwei von drei Menschen durch eine körperliche Behinderung beeinträchtigt (62%). 5% der Menschen waren erblindet bzw. weisen eine Sehbehinderung auf. 4% litten unter Schwerhörigkeit, Gleichgewichts- oder Sprachstörungen.⁹ Ebenfalls auffallend: Der Anteil schwerbehinderter Personen in Deutschland ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen.

Jeder 10. Deutsche ist auf Barrierefreiheit angewiesen!

Abb. 2: Entwicklung der Anzahl der Menschen mit Schwerbehinderung in Deutschland



Quelle: DESTATIS (Hg.) (2014b), www.destatis.de, S. 20.

Barrierefreiheit hilft vielen Personengruppen

Hinweise zu den ökonomischen Impulsen eines *Tourismus für Alle* liefert die Studie des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit aus dem Jahr 2003.¹⁰ Dort wird der potenzielle Nettoumsatz durch Übernachtungsreisen von Touristen mit Behinderung pro Jahr auf ca. 2.500 Mio. € geschätzt.¹¹ Hier sind Umsätze, die sich durch den Tagestourismus ergeben können, noch nicht berücksichtigt! Orientiert an den Tagesausgaben können somit weitere 3.000 Mio. € an Nettoumsätzen für dieses Segment einberechnet werden. Außerdem erweitert sich der Personenkreis um den Anteil der Menschen mit einem Behinderungsgrad unter 50%, um Menschen mit vorübergehender Beeinträchtigung, um Personengruppen, die nicht zwingend auf barrierefreie Angebote angewiesen sind, jedoch von diesen stark profitieren (wie der Großteil älterer Menschen), um Schwangere und um Eltern mit Kinderwagen etc. Anpassungen zeigen sich auch für diese Zielgruppen als bedürfnis-

⁸ Vgl. DESTATIS (Hg.) (2014a), www.destatis.de.

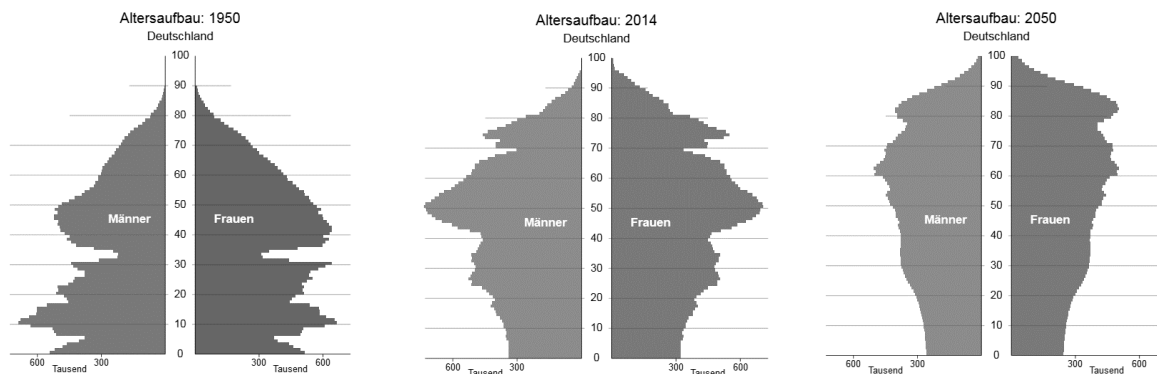
⁹ Vgl. DESTATIS (Hg.) (2014a), www.destatis.de.

¹⁰ Laut dieser Studie ist es durch diese erstmals möglich, gesicherte Antworten hinsichtlich des Marktpotenzials der mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Personen zur touristischen Wertschöpfung des Deutschlandtourismus zu geben – auf Grundlage der Schwerbehindertenstatistik. (Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 25)

¹¹ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 26.

adäquat. Darüber hinaus wird die Zahl älterer Menschen und somit oftmals eingeschränkter und hilfsbedürftiger Menschen zukünftig durch die demografische Entwicklung weiter ansteigen. Denn Behinderungen oder chronische Erkrankungen treten überwiegend im fortgeschrittenen Alter auf. Laut dem Demografiebericht ist Sachsen-Anhalt im bundesweiten Durchschnitt besonders stark vom demografischen Wandel (insbesondere Abwanderung, Schrumpfung, Überalterung und Vermännlichung) betroffen.¹² Die nachstehenden Abbildungen zeigen die Bevölkerungsstruktur in Deutschland nach Alter im Jahr 1950 sowie die Vorausberechnungen für 2014 und 2050.

Abb. 3: Entwicklung der Bevölkerung in Deutschland



Quelle: DESTATIS (2009), www.destatis.de.

Es ist absehbar, dass die Nachfrage nach barrierefreien Tourismusangeboten bei dieser Fortschreibung weiter steigen wird. Darüber hinaus verreisen Menschen mit Handicap mit weiteren Reiseteilnehmern (beispielsweise Partner, Familie, Freunde). 52% der Menschen mit Behinderung sind beispielsweise während ihrer Reise (z.T. vollständig) auf die Unterstützung durch eine Begleitperson angewiesen. Somit erhöht sich das touristische Potenzial weiter.¹³

¹² Vgl. Demografie Sachsen-Anhalt (Hg.) (2013), www.demografie.sachsen-anhalt.de, S. 36.

¹³ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 11; BMWi (Hg.) (2008), S. 63.

Gute Gründe für barrierefreien Tourismus – Wissen für Eilige



→ Erhebliches Marktvolumen

Ältere sowie aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste bieten als neue und zukünftige Gäste ein großes Marktpotenzial.

→ Großes Marktwachstum

Aufgrund des demographischen Wandels wird die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten weiter deutlich steigen.

→ Präferenz Deutschlandtourismus

Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen verbringen – ebenso wie ältere Gäste generell – im Vergleich zu anderen Reisenden ihren Urlaub häufiger in Deutschland.

→ Höhere Auslastung in der Nebensaison

Aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste reisen häufiger als andere Urlauber in der Nebensaison.

→ Profil, Image und Wettbewerbsvorteile

Mit barrierefreier Gestaltung und barrierefreien Angeboten können Tourismusregionen und Betriebe sich profilieren und damit eine Verbesserung der Wettbewerbsposition erreichen.

→ Nutzen für die regionale Bevölkerung

Von der barrierefreien Entwicklung einer Tourismusregion profitieren auch Einwohner. Die Lebens- und Aufenthaltsqualität steigt. Dies ist insbesondere auch in ländlichen Räumen wichtig.

Quelle: BMWi (Hg.) (2013), S. 4

Zahlreiche Menschen werden am Reisen gehindert

Die Entwicklungen der letzten Jahre haben bereits zu einer gesteigerten Lebensqualität und einem selbstbestimmteren Leben von Menschen mit Behinderungen beigetragen. Dennoch sind nach wie vor eine Vielzahl von Sehenswürdigkeiten, Städten und Destinationen für eine große Zahl an beeinträchtigten Menschen gar nicht bzw. nur mit Schwierigkeiten zugänglich. Somit ist das Potenzial noch nicht ausgeschöpft. Zwar sind nicht alle Menschen mit Einschränkungen materiell, physisch oder psychisch in der Lage zu verreisen, doch laut der BMWA-Studie 2003 haben 37% der Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen schon einmal auf eine Reise verzichtet, weil es keine Angebote, Einrichtungen oder Dienstleistungen gab, die ihren Bedürfnissen entsprochen haben. Außerdem würden laut dieser Studie 48,1% der Befragten aus der Zielgruppe häufiger reisen, wenn entsprechende Angebote vorliegen würden.¹⁴ Gemäß dem World Tourism Trends Report 2012/2013 wurden die Rahmenbedingungen noch nicht ausreichend

¹⁴ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 11.

angepasst. Auch hier wird darauf hingewiesen, dass weltweit die Menschen mit Behinderung zwar z.T. reisen möchten, dies aufgrund von bestehenden Barrieren jedoch nicht können. Allein in Europa leben ca. 80 Mio. Menschen mit Behinderung, die ein Recht auf Urlaub, Erholung und Erlebnisse haben.¹⁵ Im Jahr 2025 werden in Europa voraussichtlich 103,535 Mio. Menschen über 65 Jahre alt sein, das sind 34,5% mehr als im Jahr 2005 (mit 76,967 Mio. Menschen).¹⁶ Laut einer Studie, die von der Europäischen Kommission in Auftrag gegeben wurde, sind in Europa bis zu 1.231 Mio. Reisen pro Jahr durch mobilitäts- und aktivitätseingeschränkte Personen (zwischen 15 und 64 Jahren) sowie der Gruppe der über 65-jährigen möglich.¹⁷ Dies jedoch nur, „wenn es gelänge, die barrierefreie Zugänglichkeit tourismusrelevanter Einrichtungen deutlich zu erhöhen.“¹⁸ Dabei geben ältere und behinderte Gäste für einen Tagesausflug rund 80€ und für einen Mehrtagesbesuch in ihrem Heimatland durchschnittlich 700€ aus. Für Mehrtagesbesuche im EU-Ausland liegen die Ausgaben bei 1.100€.¹⁹

Ist dieser Personengruppe der Zugang zu Tourismus- und Freizeitangeboten jedoch erschwert bzw. gar nicht möglich, lenkt sich die wachsende Nachfrage auf andere Reiseeregionen um und geht aufgrund der hohen Reisegebietstreue Deutschland bzw. Sachsen-Anhalt womöglich dauerhaft verloren. Somit ist die Reduzierung von Barrieren für Menschen mit Einschränkungen in den Reisegebieten essentiell, um nicht den Anschluss an in- und ausländische Reiseländer und -regionen zu verlieren.²⁰

¹⁵ Vgl. ITB World Travel Trends Report 2012/2013 (Hg.) (2012), S. 25.

¹⁶ Vgl. Buhalis, D. et al. (2005), S. 49.

¹⁷ Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de, S. 8.

¹⁸ Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de, S. 9.

¹⁹ Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de, S. 9.

²⁰ Vgl. BMWi (Hg.) (2013), S. 4.

Vorurteile abbauen! – Argumente gegen Barrierefreiheit sind keine Argumente

Es lassen sich – zumindest auf den ersten Blick – auch Argumente gegen Barrierefreiheit finden. Hierzu zählen:

1. Barrierefreiheit lohnt sich nicht (z.B. für „die paar“ Rollstuhlfahrer)

Dass die Gruppe der Menschen, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind, viel größer ist, haben die Ausführungen in den obigen Abschnitten belegt. Zwar wird bei dem Thema Barrierefreiheit zumeist an die Einschränkungen für Rollstuhlfahrer und die damit verbundenen Barrieren gedacht, jedoch ist es die Aufgabe der Gesellschaft, die Barrieren für sämtliche Formen von Einschränkungen zu beseitigen.

2. Barrierefreiheit ist zu teuer

Die Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen hat sich diesem Thema auf ihrer Internetpräsenz näher gewidmet. Es wurde ermittelt, dass hindernisfreies Bauen wirtschaftlich zumutbar und sogar lohnend ist. Einer Studie zufolge kostet eine barrierefreie Gestaltung von Neubauten je nach Investitionssumme im Durchschnitt nur 1,8% mehr, sofern diese von vornherein geplant ist. Müssen öffentliche Bauten diesbezüglich nachträglich angepasst werden, betragen die entstehenden Kosten im Durchschnitt ca. 3,6% des Gebäudewertes – prozentual sinkend mit steigendem Gebäudewert. Somit ist es ratsam der gesellschaftlichen und gesetzlichen Forderung nach einer barrierefreien Umwelt direkt bei der Planung eines Neubaus nachzukommen. Auf dieser Internetpräsenz sind für Interessierte auch beispielhaft Kosten (in Schweizer Franken) für einzelne Maßnahmen wie Aufzüge, Rollstuhlgerechte Toiletten etc. aufgeführt.

(Quelle: Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen (Hg.) (2004), www.hindernisfreibauen.ch)

3. Der Denkmalschutz lässt eine barrierefreie Umgestaltung nicht zu

Dabei handelt es sich zugebenermaßen um ein noch recht schwieriges Feld, da das Thema in Deutschland bisher nicht zur vollen Gänze debattiert wurde. Zum Teil steht der Wunsch nach vollständiger Barrierefreiheit im Konflikt zum Grundgedanken der Denkmalspflege; den Erhalt originaler Substanz. Das muss aber nicht sein! „Barrierefreiheit in einem historischen Kontext zu erreichen, erfordert die Suche nach kreativen, maßgeschneiderten Lösungen, die nicht zwangsläufig mit den Belangen des Denkmalschutzes in Konflikt treten müssen.“ (Quelle: BMUB (Hg.) (2014), www.bmub.bund.de)

Dieser potenzielle Konflikt darf nicht darin münden, dass Menschen mit Handicap der Zugang zu Denkmälern verwehrt bleibt. Zutreffend ist der Ausspruch des Beauftragten für Menschen mit Behinderungen beim Thüringer Ministerium für Soziales, Familie und Gesundheit „Denn ein Denkmal, das nicht erlebbar ist, ist kein Denkmal.“ (Quelle: BKB (Hg.) (2014), www.barrierefreiheit.de)

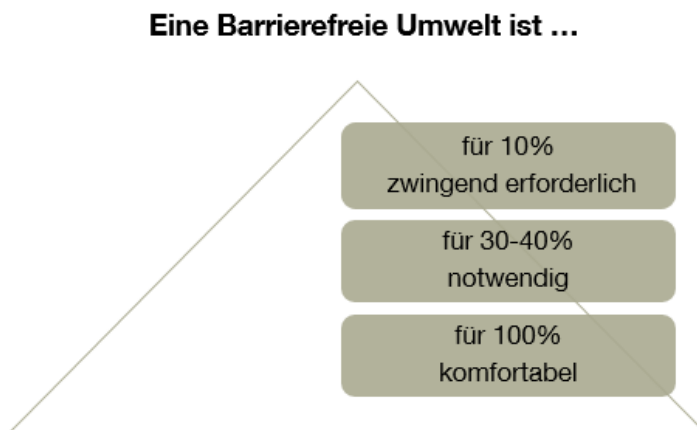
Weiterführende Informationen zur Thematik können u.a. der Website Nullbarriere entnommen werden. Dort wird das Thema Barrierefreiheit und Denkmalschutz in unterschiedlichen Foren diskutiert und Hinweise gegeben.

(Quelle: HyperJoint GmbH (Hg.), www.nullbarriere.de)

3 Wer benötigt barrierefreien Tourismus und warum?

Es gibt verschiedenste Personengruppen, für die Barrierefreiheit im Alltag und Urlaub eine Grundvoraussetzung für die gesellschaftliche Teilhabe darstellt oder aber auch derlei Angebote hilfreich sind. Bei einem *Tourismus für Alle* kann somit ganz generell von einem Komfort- und Qualitätsmerkmal für alle Touristen und Einheimischen gesprochen werden. Kein Mensch soll von der Nutzung/Teilhabe ausgeschlossen sein. Dieses Prinzip der Barrierefreiheit wird auch *Design für Alle* oder *Universelles Design* genannt.

Abb. 4: Bedarfsgruppen einer barrierefreien Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an BMWi (Hg.) (2008), S. 11

Grundsätzlich kann diskutiert werden, ob es sich bei Menschen mit Beeinträchtigung faktisch um eine eigenständige touristische Zielgruppe handelt oder ob es nicht vielmehr eine gesellschaftliche Aufgabe ist, die touristischen Angebote in den Destinationen allen Menschen gleichermaßen zugänglich zu machen (Integrationsgedanke).

Legt man den Fokus auf Menschen, für die Barrierefreiheit unabdingbar ist, so bietet sich – unter dem Vorsatz barrierefreie Tourismusangebote zu erarbeiten – die Einteilung in homogene Gruppen in Bezug auf ihre Bedürfnisse und Einschränkungen an. Dabei handelt es sich um sieben Gruppen, die wiederum zu vier Kerngruppen zusammengefasst werden können:

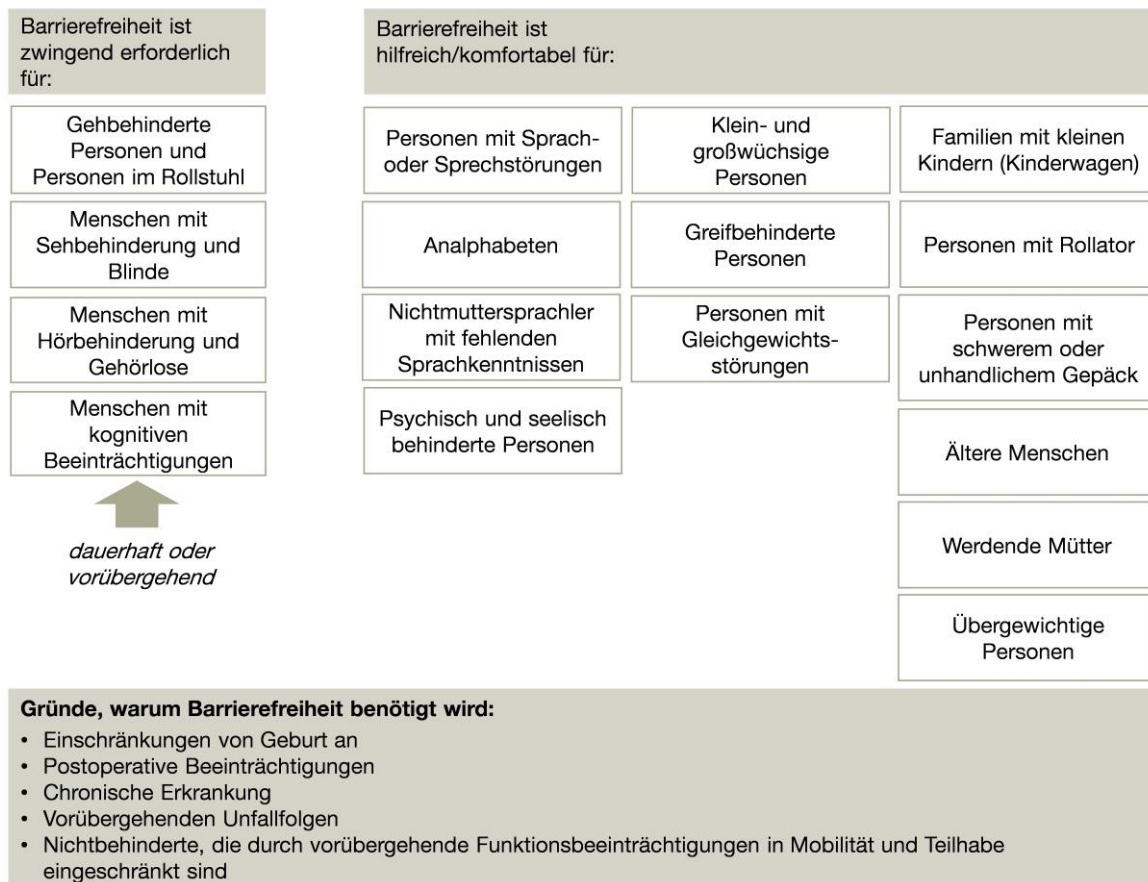
Abb. 5: Personengruppen, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind

Menschen mit Gehbehinderung und Rollstuhlfahrer	Menschen mit Sehbehinderung und Blinde	Menschen mit Hörbehinderung und Gehörlose	Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen
			
			

Bildquellen: BMWT (Hg.) (2013), Fachkongress „Reisen für Alle“, www.deutschland-barrierefrei-erleben.de, S. 17

Diese Unterteilung orientiert sich an der Zuordnung des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“. Zur Kerngruppe der Menschen, die auf Barrierefreiheit angewiesen sind, zählen Menschen, die dauerhaft oder vorübergehend in ihrer Mobilität und Aktivität eingeschränkt sind – z.B. auch auf Grund von Unfallfolgen oder chronischen Erkrankungen. Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Personengruppen, die von Barrierefreiheit profitieren. Eine Übersicht ist in der nachstehenden Abbildung aufgeführt. Beispielsweise ist die Verwendung einfacher Sprache, die sich vorzugsweise an die Bedürfnisse von Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen richtet, auch für ausländische Gäste mit nur wenig Deutschkenntnissen hilfreich.

Abb. 6: Gästegruppen, die von barrierefreien Angeboten profitieren



Quelle: Eigene Darstellung

Diese Gruppen haben wie alle Menschen ein Bedürfnis nach Urlaub und Erholung sowie dieselben Vorlieben im Urlaub. Dennoch unterscheiden Sie sich hinsichtlich ihrer Anforderungen an den Urlaub und an die Leistungsträger voneinander. Warum diese Menschen auf barrierefreie Tourismusangebote angewiesen sind, wird in den nachfolgenden Abschnitten deutlich.

Eines ist bei all diesen Überlegungen und Bestrebungen zu berücksichtigen. Es ist nicht allein ausreichend, barrierefreie Tourismusangebote im Sinne barrierefreier Sehenswürdigkeiten zu schaffen. Jene Menschen benötigen aufgrund ihrer Einschränkungen Barrierefreiheit entlang der gesamten Servicekette! Diese fängt bereits bei der Information und Buchung der Reise sowie Erreichbarkeit des Urlaubsorts an.

Die folgenden Abschnitte liefern einen Überblick über die wesentlichen Herausforderungen und Hemmnisse der Menschen, die körperlich bzw. geistig eingeschränkt sind.

3.1 Menschen mit Mobilitätseinschränkungen

Anforderungen

Zu den Menschen mit Mobilitätseinschränkungen zählen sowohl Rollstuhlfahrer als auch Gehbehinderte. Es sind sowohl Menschen mit dauerhaften Gesundheitsproblemen betroffen, als auch solche, die temporär eine Gehbehinderung haben. Aufgrund ihres eingeschränkten Bewegungsraums sind sie nicht in der Lage, jeden Weg zu bewältigen. Somit sind auch ältere Menschen, Personen mit einem großen Koffer oder auch mit Kinderwagen in gewisser Weise geheingeschränkt bzw. gehbehindert. Diese benötigen leicht begehbare- bzw. befahrbare Wege.²¹

Die weiteren Anforderungen von gehbehinderten Personen und Personen im Rollstuhl unterscheiden sich jedoch.



Gehbehinderte Menschen bevorzugen rutschfeste Wege von ausreichender Breite, so dass diese auch mit Rollatoren, Kinderwagen etc. begangen werden können. Stufen sind schwer bis teilweise gar nicht zu überwinden und somit idealerweise zu vermeiden bzw. durch ein Geländer zu flankieren. Ebenfalls bereiten jegliche Steigungen Schwierigkeiten und sind z.T. mit großen Anstrengungen verbunden.

Ausreichend Sitzgelegenheiten in kürzeren Abständen erleichtern die Bewältigung von Steigung bzw. Gefälle oder auch längerer Wege.²²



Während gehbehinderte Menschen, wenn auch schwer, Stufen oder Steigungen bewältigen können, stellen diese **Rollstuhlfahrer** vor große Herausforderungen. Stufen sind unüberwindbare Hindernisse, leichte Steigungen können eventuell noch aus eigener Kraft bewältigt werden, während starke Steigungen (vor allem ohne elektrisch betriebenen Rollstuhl) kaum ohne fremde Hilfe zu überwinden sind. Doch

nicht immer möchte man fremde Hilfe annehmen. Für Außenstehende ist es schwierig einzuschätzen, welches Maß an Hilfe bei Rollstuhlfahrern gewünscht und erforderlich ist.²³

Bei der Gestaltung von Räumlichkeiten ist darauf zu achten, dass sich Rollstuhlfahrer so frei und selbstständig wie möglich bewegen können. Hierzu zählen z.B. die Unterfahrbarkeit von Tischplatten (z.B. an Rezeptionen) sowie die Zugänglichkeit von Bedienelementen aller Art (z.B. Lichtschalter).²⁴

Zahlen

Die genaue Zahl der Rollstuhlfahrer in Deutschland wird in der amtlichen Statistik nicht erfasst. Somit lassen sich nur Rückschlüsse über die Unterscheidung nach Art der Behinderung vornehmen. In Deutschland müssen laut Internetplattform MyHandicap mehr

²¹ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 23f.

²² Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 23f.

²³ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 23f.

²⁴ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 23f.

als 1,5 Mio. Menschen dauerhaft oder vorübergehend im Rollstuhl ihren Alltag bewältigen, Hindernisse überwinden oder gar draußen bleiben. „Diese Betroffenengruppe besteht aus etwa gleichen Teilen von Senioren und Menschen mit körperlichen Behinderungen.“²⁵

3.2 Menschen mit Seheinschränkungen und Blinde

Anforderungen



Sehbehinderte und Blinde können sich in fremder Umgebung nur schwer bis gar nicht alleine orientieren. Doch auch die speziellen Anforderungen dieser Personengruppe sind je nach Art der Einschränkung sehr heterogen. Zu berücksichtigen sind Menschen mit partiellen Sichteinschränkungen, Menschen mit totaler Erblindung, aber ebenso Personen, die mit der Erkennung bestimmter Farben Probleme haben. Von der bekannten Rot-Grün-Schwäche sind beispielsweise etwa 8% aller Männer und 0,4% aller Frauen betroffen.²⁶



Während Informationen für Seheingeschränkte und Menschen mit Farbschwächen beispielsweise mittels bewusst gewählter und kräftiger Farben oder starken Kontrasten aufbereitet werden können, ist die Informationsübermittlung an blinde Menschen mit größeren Herausforderungen verbunden.

Beim Einsatz der Braille-Schrift (auch als Punkt- oder Blindenschrift bezeichnet) ist zu berücksichtigen, dass diese nicht von allen Blinden und noch weniger den Seheingeschränkten gelesen werden kann. Daher bietet sich vorzugsweise die Verwendung von taktilen Buchstabenreliefs oder der Einsatz akustischer Signale (z.B. auf Internetseiten) an.²⁷

Alle Flächen und Wege sind frei zu gestalten und mögliche Hindernisse zu beseitigen. Darüber hinaus sind, wenn möglich, bestimmte Hilfsmittel (beispielsweise taktile Bodenleitsysteme) zur Verfügung zu stellen. Dienlich ist auch die Möglichkeit, einen Blindenhund mitzuführen.²⁸

Zahlen

Für Deutschland gibt es keine statistischen Auswertungen, wie viele Menschen von Blindheit bzw. Seheinschränkungen betroffen sind. Nach Auswertung von Prof. Bernd Bertram auf Grundlage von Erhebungen der World Health Organization (WHO) gab es in Deutschland im Jahr 2002 ca. 1,2 Mio. sehbehinderte und blinde Menschen. Durch das Phänomen „Alternde Gesellschaft“ sind die Zahlen vermutlich in den letzten Jahren angestiegen.²⁹

²⁵ Stiftung MyHandicap gemeinnützige gmbh (Hg.) (2015), www.myhandicap.de.

²⁶ Vgl. BVA (Hg.) (2011), www.cms.augeninfo.de, S. 1.

²⁷ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 25f.

²⁸ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 25f.

²⁹ Vgl. DBSV (Hg.) (2014), www.dbsv.org.

3.3 Menschen mit Höreinschränkungen und Gehörlose

Anforderungen



Menschen mit Höreinschränkungen und Gehörlose können sich ohne weitgehende Probleme orientieren, jedoch haben sie Schwierigkeiten im Dialog mit anderen Personen (z.B. Hotelrezeption) bei der Reisevorbereitung, An- und Abreise oder am Urlaubsort. Erschwerend kommt hinzu, dass diese Form der Behinderung für Außenstehende meist nicht auf den ersten Blick erkennbar ist.³⁰



Im Umgang mit Personen, die höreingeschränkt bzw. gehörlos sind, ist auf eine deutliche Aussprache und Blickkontakt zu achten, so dass diesen Personen das Lippenlesen erleichtert wird. Außerdem spielen gedruckte Informationen oder Broschüren eine größere Rolle. Diese können bei einem Gespräch unterstützend wirken und der Gast kann für ihn bedeutsame Informationen nachlesen. Akustische Signale sollten somit weitgehend durch visuelle ersetzt werden. Hierzu zählen beispielsweise Blitz- oder Vibrationsalarm bei Feueralarm oder Weckern. Hilfreich sind auch induktive Höranlagen an Rezeptionen oder in Konferenzräumen. Idealtypisch steht ein Mitarbeiter, der die Gebärdensprache beherrscht, als Ansprechpartner zur Verfügung.³¹

Zahlen

Laut dem Deutschen Gehörlosen-Bund e.V. leben in Deutschland ca. 80.000 Gehörlose.³² Der Deutsche Schwerhörigenbund e.V. verweist auf seiner Internetseite darauf, dass in Deutschland ca. 14 Mio. Hörbehinderte leben – davon ca. 2,5 Mio. Hörgeräteträger.³³

3.4 Menschen mit geistiger- und Lernbehinderung

Anforderungen



Auch bei Menschen mit kognitiven Einschränkungen spielt die Art der Aufbereitung und Bereitstellung von Informationen eine entscheidende Rolle. Zu dieser Gruppe zählen Menschen mit Lernschwächen, Aufmerksamkeitsstörungen, Entwicklungsstörungen und neurologischen Beeinträchtigungen. Eine Herausforderung hierbei ist die Vielfalt der Bedürfnisse, die sich je nach Behinderungsform unterscheiden. Menschen mit kognitiven Einschränkungen haben zumeist Schwierigkeiten in Bezug auf Wahrnehmung und Verarbeitung, Gedächtnis, Problemlösung und Aufmerksamkeit.³⁴ Die mündliche Kommunikation kann je nach Maß der Behinderung bisweilen schwierig sein. Bei der schriftlichen Kommunikation sollte auf einfache und kurze

³⁰ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 26f.

³¹ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 26f.

³² Vgl. Deutscher Gehörlosen-Bund e.V. (Hg.), www.gehoerlosen-bund.de.

³³ Vgl. DSB (Hg.), www.schwerhoerigen-netz.de.

³⁴ Vgl. Aktion Mensch (Hg.) (2004), www.einfach-fuer-alle.de.

Sätze und wenn möglich auf den Einsatz von vielen Bildern oder bildlichen Darstellungen geachtet werden. Dies vereinfacht auch anderen Gästen wie Kindern oder ausländischen Besuchern das Verständnis und entspricht somit dem *Tourismus für Alle*.³⁵

Zahlen

„Menschen mit kognitiven Behinderungen repräsentieren weltweit die größte Gruppe an Menschen mit Behinderungen – es gibt viermal so viele Menschen mit kognitiven Behinderungen wie Blinde. Dies liegt zum Teil an der Tatsache, daß viele verschiedene Behinderungen die Fähigkeit eines Menschen beeinflussen können, Informationen zu verarbeiten, auf diese zuzugreifen oder (sich an) diese und ihre Lernerfahrungen zu erinnern.“³⁶

Gemäß statistischen Erhebungen lebten in Deutschland im Jahr 2013 über 1,5 Mio. Menschen mit Schwerbehindertenausweis, die zerebrale Störungen, geistige- und/oder seelische Behinderungen aufweisen.³⁷ Prozentual übertragen auf die Anzahl der Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung (Grad der Behinderung über 50%) sind 11% der Gruppe geistig oder seelisch behindert, 9% haben zerebrale Störungen.³⁸



Bedürfnisse der Menschen mit Behinderung – Wissen für Eilige

Die Grundvoraussetzung eines erfolgreichen *Tourismus für Alle* ist das Verständnis für die spezifischen Belange von Gästen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen. Dies setzt die Kenntnisse von Bedürfnissen der Zielgruppe und möglicher Problemsituationen voraus. Nur so können bereits bestehende touristische Angebote hinsichtlich ihrer Eignung/Nutzbarkeit für Menschen mit Einschränkungen und notwendiger Anpassungen geprüft werden. Darüber hinaus sind die spezifischen Belange der Zielgruppen bei der Produktentwicklung/-gestaltung zu berücksichtigen.

„Reisende mit Behinderung wünschen sich keine speziellen auf ihre Bedürfnisse ausgerichteten Urlaubsangebote, sondern lediglich die Möglichkeit der gleichberechtigten Teilhabe an bereits vorhandenen touristischen Angeboten!“ (Quelle: ADAC (2003), S. 15) Das Umdenken beginnt im Kopf!

Zusammenfassend ist zu sagen, dass es Menschen mit Behinderungen schwerer fällt, sich spontan an ihre Umwelt und unvorhergesehene Umstände anzupassen und sie sind aus diesem Grund besonders informationsbedürftig, um sich auf Situationen rechtzeitig einstellen zu können.

³⁵ Vgl. ADAC (Hg.) (2003), S. 27.

³⁶ Aktion Mensch (Hg.) (2004), www.einfach-fuer-alle.de.

³⁷ Vgl. DESTATIS (Hg.) (2013), www.destatis.de.

³⁸ Vgl. DESTATIS (Hg.) (2014), www.destatis.de.

4 Wie verreisen Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen?

Wenn Menschen mit Behinderung reisen bzw. reisen können – denn hier liegt durch die zahlreichen einstellungs- und umweltbedingten Barrieren die Herausforderung – dann tun sie dies wie fast jeder andere Deutsche auch – bis auf wenige Unterschiede.

Die wesentlichen Kennzahlen, die einen Eindruck über das Reiseverhalten untersuchter Zielgruppen vermitteln (z.B. Reishäufigkeit, Reiseintensität), unterscheiden sich bei der Gruppe Mobilitäts- und Aktivitätseingeschränkter zumeist kaum von den Reisegewohnheiten der gesamtdeutschen Bevölkerung – außer, dass die Urlaubsreiseintensität³⁹ bzw. die Kurzurlaubsreiseintensität⁴⁰ der Menschen mit Handicap z.T. deutlich unter dem Wert der Gesamtbevölkerung liegt. Und dies nach wie vor, obwohl bei der Urlaubsreiseintensität der Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen eine positive Entwicklung verzeichnet werden kann. Dies lässt sich womöglich auch darauf zurückführen, dass in den vergangenen Jahren die Reiseintensität bei der älteren Bevölkerung zugenommen hat und die Anzahl an Menschen, die aufgrund von Krankheiten, Unfällen etc. eingeschränkt sind, mit dem Alter proportional ansteigt.⁴¹ Somit stellt sich vielmehr die Frage, warum Menschen mit Handicap nicht bzw. weniger verreisen als andere repräsentative Gruppen. Nach Aussage der BMWi-Studie 2008 hält die Sorge, dass es keine adäquaten Angebote gibt, viele von einer Urlaubsreise ab. Beispielsweise existieren zwar barrierefreie Leuchtturmprojekte in Regionen, allerdings lässt sich vielfach der ganzheitliche Ansatz für ein gesamtes Reisegebiet vermissen. Aber auch das eher unterdurchschnittliche Einkommen dieser Bevölkerungsgruppe kann als Erklärung herangezogen werden.⁴² Interessanterweise geben Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen jedoch mehr Geld pro Kopf für ihre Reisen aus als der gesamtdeutsche Durchschnitt. „Die Reiseausgaben pro Person betragen im gesamtdeutschen Durchschnitt 818 Euro für das Jahr 2002 (vgl. F.U.R. 2003). Im Vergleich dazu gaben die Reisenden mit Behinderungen pro Kopf für eine Urlaubsreise 945 Euro aus.“⁴³

Die Reisedauer der Haupturlaubsreise der Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen unterscheidet sich kaum von denen der gesamtdeutschen Bevölkerung – beide Gruppen zeugen jedoch von einem Trend hin zu kürzeren Reisen. Deutlichere Unterschiede bestehen dagegen hinsichtlich der bevorzugten Reisezeit. Wobei 55,7% der deutschen Gesamtbevölkerung ihre Haupturlaubsreise im Sommer antreten, sind dies bei der ausschließlichen Betrachtung der Menschen mit Handicap zwar immer noch die Mehrheit, jedoch nur 48,1%. „Die Haupturlaubsreisen der mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Personen sind von einer wesentlich geringeren Saisonalität geprägt als die

³⁹ Die Urlaubsreiseintensität drückt den Anteil der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus, die pro Jahr mindestens eine Urlaubsreise (ab 5 Tage) unternimmt.

⁴⁰ Die Kurzurlaubsreiseintensität drückt den Anteil der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus, die pro Jahr mindestens eine Kurzurlaubsreise mit einer Dauer von 2 bis 4 Tagen unternimmt.

⁴¹ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 57.

⁴² Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 57.

⁴³ BMWi (Hg.) (2003), S. 10.

der Gesamtbevölkerung.“⁴⁴ Somit ist diese Zielgruppe durchaus attraktiv, um in einer Reise-Region die Saison und somit die wertschöpfende Zeit des Tourismus zu verlängern. Weiterhin positiv: „42,9% der [in der Reiseanalyse 2007] befragten mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Reisenden verbrachten ihren letzten Urlaub in Deutschland.“⁴⁵

Wie verreisen Menschen mit Handicap? – Ein Überblick

Kennzahlen der Urlaube behinderter Menschen (nach BMWi (2008), S. 57ff. und BMWA (2003), S. 8ff., 26)	
Urlaubsreiseintensität ¹ (2006)	58,3 %
Kurzurlaubsreiseintensität ² (2006)	32,7 %
Reisehäufigkeit Urlaubsreise (2006)	1,4 Reisen/Jahr
Reisehäufigkeit Kurzurlaubsreise (2006)	1,8 Reisen/Jahr
Reisedauer der Haupturlaubsreise (2006)	13,5 Tage
Tagesausgaben	65,23 €
Quartal des häufigsten Reiseantritts der Haupturlaubsreise	Sommer (48,1%) Herbst (24,1%) Frühjahr (20,3 %) Winter (7,5 %)
Reisebegleitung (2002)	52% reisen in Begleitung 2,9 Teilnehmer pro Reise (2006)
Bevorzugtes Reiseland	Deutschland
Reisegebietstreue	2002 besuchten 28,5% der Befragten das Reiseziel der Haupturlaubsreise zum 1. Mal 2006 besuchten 33,9% der Befragten das Reiseziel der Haupturlaubsreise zum 1. Mal

¹ Die Urlaubsreiseintensität drückt den Anteil der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus, die pro Jahr mindestens eine Urlaubsreise (ab 5 Tage) unternimmt.

² Die Kurzurlaubsreiseintensität drückt den Anteil der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren aus, die pro Jahr mindestens eine Kurzurlaubsreise mit einer Dauer von 2 bis 4 Tagen unternimmt.

Überwiegend Individualreisen
Erholung und Gesundheit sind wichtige Reisemotive
Verhältnismäßig hohe Reiseausgaben
Kurzurlaube sind zumeist Städtereisen

Gemäß der BMWi-Studie aus dem Jahr 2008 bevorzugen Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen Deutschland als Reiseziel, weil so keine Sprachbarrieren existieren und dort alle relevanten Informationen leichter in Erfahrung gebracht werden können. Auch lange An- und Abreisezeiten, die z.T. mit zahlreichen Barrieren verbunden sind, können vermieden werden. Somit sind auch die Nachbarländer Deutschlands für einen

⁴⁴ BMWi (Hg.) (2008), S. 59.

⁴⁵ BMWi (Hg.) (2008), S. 60.

Besuch attraktiver als für andere Zielgruppen.⁴⁶ Grundsätzlich haben Menschen mit Handicap eine stärker ausgeprägte Reisegebietstreue, auch wenn diese im Vergleich von 2006 zu 2002 leicht rückläufig ist. Der Trend geht auch hin zu Reisen in neue Gebiete und Regionen.⁴⁷ Grundsätzlich bevorzugen sie Bekanntes und Orte, wo Sie sich orientieren und zurechtfinden können. Denn nach wie vor stellt die Informationseinholung im Zuge der Reisevorbereitung z.T. noch eine große Herausforderung dar. Können die Sehenswürdigkeiten wirklich mit einem Rollstuhl besichtigt werden bzw. kann ich mich in der Region auch allein als Rollstuhlfahrer fortbewegen? ...? ...?

⁴⁶ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 60.

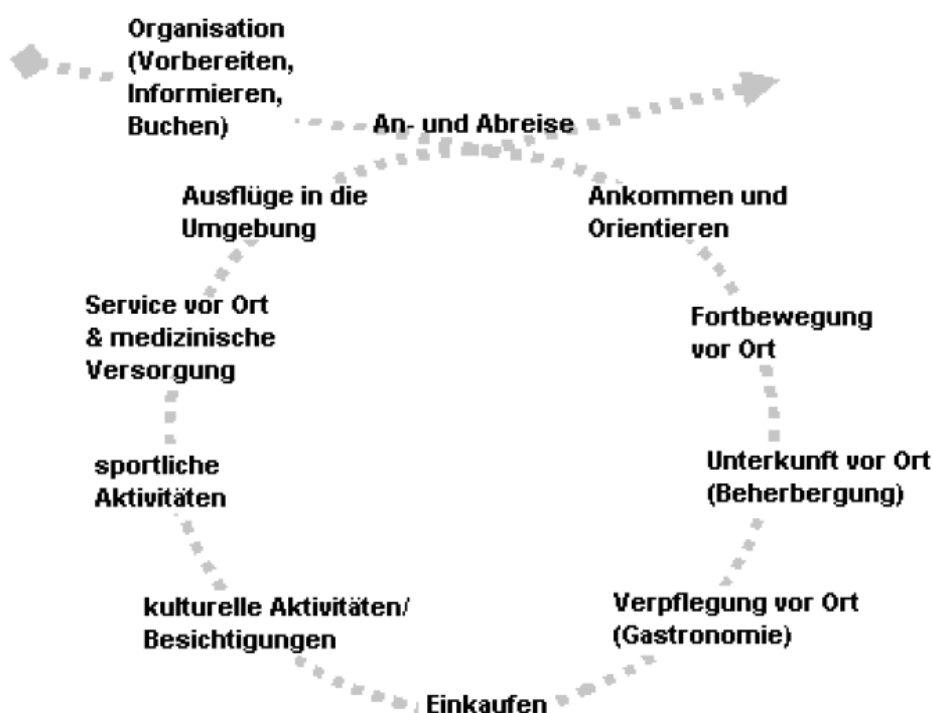
⁴⁷ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 62.

5 Was erwarten Menschen mit Handicap in ihrem barrierefreien Urlaub?

In einigen Regionen sind in den letzten Jahren immer mehr (Urlaubs-)Angebote entstanden, die auch für Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen zugänglich sind. Dabei handelt es sich jedoch zumeist um Einzelangebote und keine ganzheitlichen Erlebnisse entlang der touristischen Servicekette. Doch was nützt es einem Menschen mit Handicap (z.B. einem Rollstuhlfahrer), wenn er ein barrierefreies Hotelzimmer hat, jedoch die Wege bzw. die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu den Sehenswürdigkeiten der Region nicht ohne Hilfe bewältigt werden können? Daher gilt es, Angebote zu entwickeln, die ein ganzheitliches Erlebnis entlang der Servicekette gestatten. Dabei sind sowohl die bauliche Gestaltung, Verkehrsmittel als auch die Informationsaufbereitung gemäß den spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppe zu berücksichtigen.

Die touristische Servicekette umfasst – wie in der Abbildung dargestellt – verschiedene Elemente. Diese entspricht der allgemein gültigen Servicekette für andere Reisende, ergänzt um den Baustein Service vor Ort & medizinische Versorgung. Dieses Element umfasst auch das Thema Assistenz, gewährt z.B. durch eine Begleitperson oder Kreisbehindertenverbände, die betroffenen Menschen Hilfestellung geben können.

Abb. 7: Die touristische Servicekette



Quelle: BMWA (Hg.) (2003), S. 13

Erwähnt sei an dieser Stelle, dass idealerweise bei allen Stationen des Gästepfades stets Voraussetzungen für Barrierefreiheit gegeben sein müssen. Dazu zählt z.B. die bauliche Veränderung von Gebäuden, damit sich z.B. Rollstuhlfahrer fortbewegen oder Sehingeschränkte orientieren können. Denn Barrieren würden dazu führen, dass Besucher mit

Behinderung die vorhandenen Angebote nicht oder nur eingeschränkt wahrnehmen können. Grundsätzlich gelten somit die folgenden Mindestforderungen an die einzelnen Stationen der Servicekette:

- Ebenerdige Zugänglichkeit (für Besucher im Rollstuhl)
- Zugänglichkeit, die möglichst wenig Kraftaufwand erfordert (für Gehbehinderte, ältere Besucher etc.)
- Tastbare Informationen und Exponate (für Sehbehinderte und Blinde)
- Erklärungen und Beschreibungen in einfach verständlicher Sprache (für Kinder, interessierte Laien, Ausländer, die etwas Deutsch sprechen oder lernbehinderte Besucher)
- Speziell aufbereitete Informationen z.B. Videos mit Untertitel, Führungen in Gebärdensprache (für Hörbehinderte oder Gehörlose)⁴⁸

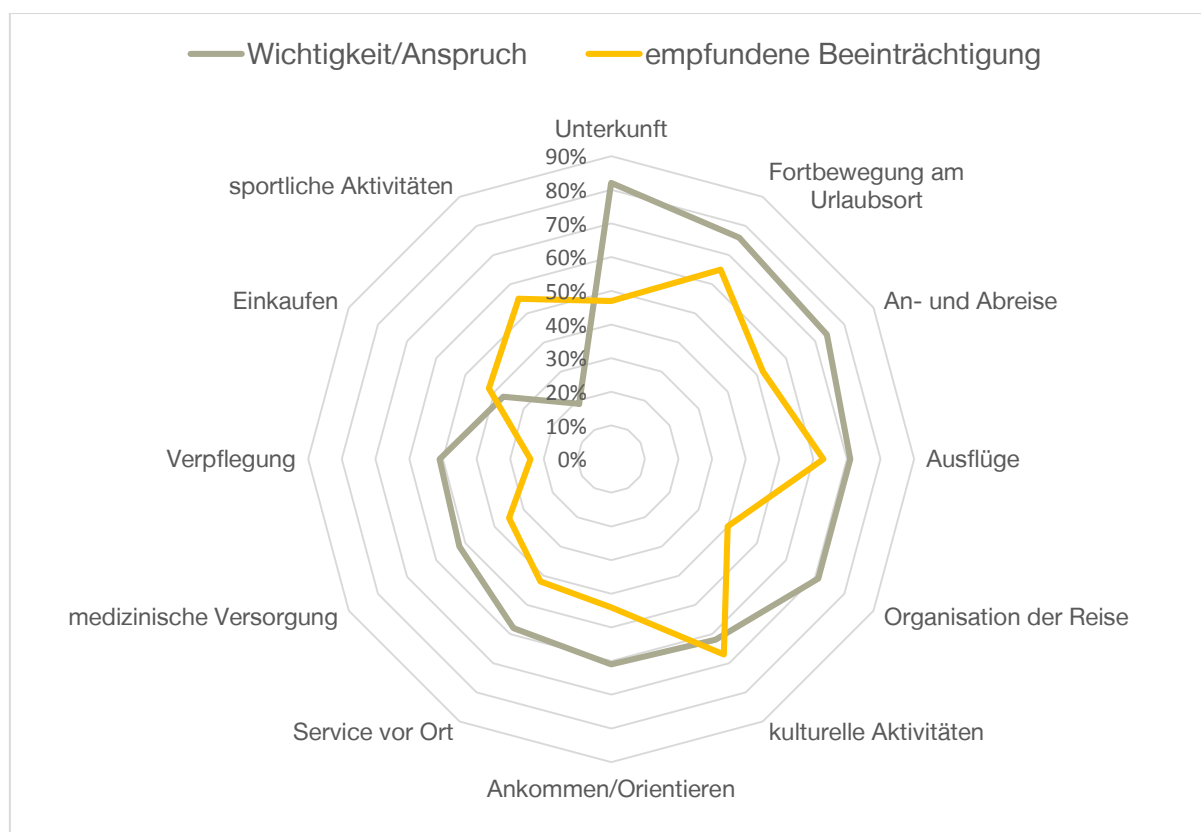
Bei der Umsetzung eines barrierefreien Tourismus sind somit die einzelnen Elemente der touristischen Servicekette unter Berücksichtigung der Bedürfnisse von aktivitäts- und mobilitätseingeschränkten Personen systematisch zu prüfen. Es gilt die Stärken und Schwächen zu identifizieren. Diese werden auch als kritische Ereignisse bezeichnet!

Laut der BMWA-Studie aus dem Jahr 2003 hat die Unterkunft (82%), die Fortbewegung am Urlaubsort (76%) sowie die An- und Abreise (74%) für Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen die größte Bedeutung. Hinsichtlich der kulturellen Aktivitäten (67%) werden jedoch die größten Beeinträchtigungen empfunden, gefolgt von der Fortbewegung am Urlaubsort (65%) sowie Ausflügen (63%). Eine besondere Diskrepanz besteht somit zwischen Anspruch und wahrgenommener Realität bei den Elementen Fortbewegung am Urlaubsort, Ausflüge, An- und Abreise sowie kulturelle Aktivitäten.⁴⁹

⁴⁸ Vgl. Smikac, H. (2014), www.sachsen-anhalt-tourismus.de.

⁴⁹ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 13ff.

Abb. 8: Vergleich von Bedeutung und empfundener Beeinträchtigung an einzelnen Elementen der Servicekette für Menschen mit Handicap



Quelle: In Anlehnung an BMWA (Hg.) (2003), S. 13f.

Richtet man den Blick auf die einzelnen Stationen/Bausteine der Servicekette so liefern zahlreiche Studien, Untersuchungen, Hinweisblätter von Verbänden und Vereinen Hinweise darauf, was bei der Ausgestaltung des Bausteins zu berücksichtigen ist. Im Folgenden werden grundlegende kritische Ereignisse an den wesentlichsten Stationen der Servicekette vorgestellt.

Vorbereiten, Informieren, Buchen

Das Internet gewinnt bei der Reiseplanung und Buchung zunehmend an Bedeutung. Auch Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen nutzen das Internet immer stärker zur Informationsbeschaffung bei ihrer Reisevorbereitung, obwohl diese das Internet im Verhältnis zur gesamtdeutschen Bevölkerung weniger nutzen (lediglich 30,8%).⁵⁰ Daher müssen für die Vermarktung als barrierefreies Reiseziel auch im Internet Informationen über behindertengerechte Angebote vorhanden sein. Gut ist die Einstellung von Informationen in überregionale Portale wie beispielsweise *www.barrierefreie-reiseziele.de* oder *www.barrierefreie-urlaubswelt.de*. Bislang sind die Informationen überwiegend in sogenannten Special-Interest-Magazinen oder -portalen verfügbar; eine Vernetzung mit den gängigen touristischen Informationsmedien besteht nur selten.⁵¹

⁵⁰ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 64.

⁵¹ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 15.

Hervorzuheben sei an dieser Stelle die Internetseite www.barrierefrei-brandenburg.de. Diese Seite lässt sich beispielsweise problemlos hinsichtlich der spezifischen Anforderungen wie z.B. größere Schriftgröße oder Kontrast für Menschen mit Sehbehinderung oder leichte Sprache für Menschen mit kognitiven Einschränkungen individuell anpassen. Darüber hinaus bietet die Internetseite die Möglichkeit, sich die geschriebenen Texte als Audioversion anzuhören oder in Gebärdensprache anzusehen. Gezielt lassen sich auch geeignete Angebote nach Gästegruppe (Art der Behinderung) selektieren.⁵²

Abb. 9: Barrierefreie Internetseite vom Land Brandenburg

The screenshot displays the 'Brandenburg Barrierefrei' website. At the top, there's a navigation bar with 'English', 'Leichte Sprache', 'Schriftgröße A A A', and 'Kontrast ändern'. The main header features a large image of a man in a wheelchair and a woman on a boat, with the text 'Brandenburg Barrierefrei' and 'Das Weiße liegt so nah.' Below this is a search bar titled 'Angebote finden' with a 'Suchen' button. Navigation buttons for 'Übernachten', 'Freizeit', and 'Essen und Trinken' are present, along with icons for accessibility. The main content area is divided into several sections: 'Thema: Sport und Aktiv' with a video thumbnail and text about sports in Brandenburg; 'Geprüfte Qualität' with statistics: 289 Übernachtungsangebote, 325 Freizeitangebote, and 212 Orte zum Essen und Trinken; 'Urlaub ohne Barrieren' with text about vacation options; a video player for 'Botschafter für den barrierefreien Tourismus im Land Brandenburg'; and 'Für Tourismusanbieter' with text about providing barrier-free services. A map of Brandenburg is also shown, highlighting various regions like Prignitz, Uckermark, Ruppiner Seenland, etc. The footer contains 'Startseite | Anbieter-Infos | Kontakt | Hilfe | Impressum | Sitemap | Links' and '© 2012 TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH'.

Quelle: Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hg.) (2012), www.barrierefrei-brandenburg.de

⁵² Vgl. Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hg.) (2012), www.barrierefrei-brandenburg.de.

Als Positivbeispiel in Sachsen-Anhalt ist der Internetauftritt des Nationalparks Harz anzuführen, der neben der Anpassung der Schriftgröße und des Kontrasts seinem Besucher auch eine Vorlesefunktion anbietet. Im Jahr 2010 hat die Nationalparkverwaltung Harz für ihre Internetpräsenz die silberne BIENE (Barrierefreies Internet eröffnet neue Einsichten) erhalten – eine Auszeichnung für die besten deutschsprachigen barrierefreien Angebote im Internet.⁵³

Abb. 10: Internetseite des Nationalpark Harz



Quelle: Nationalpark Harz (Hg.) (2015), www.nationalpark-harz.de

Die Art der benötigten Informationen und ihre Detailliertheit werden vom Grad und der Art der Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkung beeinflusst. Blinde Menschen sind beispielsweise auf Audiodeskription angewiesen oder benötigen Informationen, die im Internet über eine Audiofunktion abrufbar sind bzw. bei Printmedien in Brailleschrift oder Reliefschrift zur Verfügung stehen. Ebenso ist es für Höreingeschränkte oder Gehörlose empfehlenswert, die Inhalte in Gebärdensprache als Video anzubieten.

Zahlreiche Unternehmen, Organisationen und Forschungseinrichtungen haben es sich inzwischen zur Aufgabe gemacht, zur Umsetzung barrierefreier Internetauftritte beizutragen. Sei es durch die Bereitstellung von Informationen oder Leitlinien für die Umsetzung oder aber auch die Möglichkeit, den eigenen Internetauftritt durch unabhängige Tester überprüfen zu lassen. Neben der BIENE ist ein weiteres Beispiel der BITV-Test. Auf der Informationswebsite zum BITV-Test sind auch vorbildliche Webangebote als Beispiele aufgeführt.⁵⁴ Hinweise dazu, wie ein Internetauftritt barrierefrei gestaltet werden kann, um

⁵³ Vgl. Aktion Mensch e.V. (Hg.) (2010), www.biene-award.de.

⁵⁴ Vgl. BIK (Hg.) (2015), www.bitvtest.de.

Menschen mit Handicap einen gleichwertigen Zugang zu Informationen zu gewähren, liefern Websites wie www.einfach-barrierefrei.net⁵⁵ oder www.barrierefreies-webdesign.de⁵⁶. Außerdem kann man sich an der Barrierefreien Informationstechnik Verordnung (BITV) sowie der BITV 2.0 orientieren. Im eigentlichen Sinne gilt die Verordnung für alle öffentlich zugänglichen Websites der Bundesverwaltung.⁵⁷

Neben den digitalen verfügbaren Informationen sollten alle oder zumindest die wichtigsten Informationsbroschüren, Veranstaltungskalender und das Gastgeberverzeichnis einer Region auch für Menschen insbesondere mit Sehbehinderung barrierefrei gestaltet sein. Und dies in Bezug auf die Gestaltung und die Inhalte. Durch kleine Piktogramme könnten beispielsweise im Gastgeberverzeichnis Beherbergungsbetriebe mit besonderer Ausstattung bzw. Service herausgestellt werden. Größere Schriftgröße von mind. 14 Punkt sowie eine kontrastreiche Schrift erleichtern Menschen mit schwächerer Sehkraft das Lesen. Noch essentieller sind jedoch der persönliche Kontakt und eine individuelle Beratung, wie es beispielhaft zum Thema Luther angeboten wird.

Laut einer Studie im Auftrag der Europäischen Kommission informieren sich bei der Reisevorbereitung nahezu sechs von zehn Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen und jeder zweite Reisende ab 65 Jahren über Zugänglichkeitsbedingungen. Mangelnde Informationen werden bereits in dieser Phase ebenso als Barriere empfunden wie später die fehlende bauliche Zugänglichkeit vor Ort. Dabei sollen Informationen den Inklusionsgedanken folgend nicht nur in Special-Interest-Magazinen aufgeführt sein, sondern auch in den Standardmedien.⁵⁸

Menschen mit Handicap buchen – wie auch die Gesamtbevölkerung Deutschlands – ihre Haupturlaubsreisen zumeist pauschal⁵⁹ bzw. – etwas seltener – nach dem Baukastenprinzip. Bestandteile wie Unterkunft oder auch Mietwagen, Ausflüge etc. werden von Menschen mit Behinderung häufiger auch separat gebucht.⁶⁰ „Dies kann als Hinweis auf die Schwächen bzgl. Information und Vertrieb barrierefreier Produkte und Dienstleistungen gedeutet werden.“⁶¹

An- und Abreise

Eine barrierefreie An- und Abreise ist sowohl beim öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) als auch dem öffentlichen Personenverkehr (z.B. Bahn- und Flugverkehr) zu berücksichtigen. „Barrierefreiheit meint in diesem Zusammenhang nicht nur die barrierefreie Gestaltung von Fahrzeugen und Haltestellen, sondern auch die barrierefreie Gestaltung von Orientierungshilfen und Fahrgastinformationen.“⁶²

⁵⁵ Moser, C.; Wieland, B. (2011): www.einfach-barrierefrei.net

⁵⁶ Hellbusch, J. E. (2001-2015), www.barrierefreies-webdesign.de.

⁵⁷ Vgl. Hellbusch, J. E. (2005), www.barrierefreies-webdesign.de.

⁵⁸ Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de, S. 5.

⁵⁹ Eine Pauschalreise ist eine „[vom Reisebüro vermittelte] Reise, bei der die Kosten für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung u.a. pauschal berechnet werden“ (Quelle: Duden (Hg.) (2013), www.duden.de).

⁶⁰ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 64f.

⁶¹ BMWi (Hg.) (2008), S. 65.

⁶² ADAC (Hg.) (2003), S. 73.

Der Pkw und das Flugzeug sind die beliebtesten Verkehrsmittel für die Haupturlaubsreise sowohl bei der Gesamtbevölkerung als auch bei Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen⁶³. Die Wahl der Verkehrsmittel ist jedoch auch stark von der Zusammensetzung der Reisegruppe sowie dem Reiseziel abhängig. Für Reisen innerhalb Deutschlands haben beispielsweise der Pkw sowie die Bahn eine überdurchschnittliche Bedeutung.⁶⁴ Beide Verkehrsmittel spielen somit für einen barrierefreien Tourismus in den Kommunen im Land Sachsen-Anhalt eine große Rolle – insbesondere, da diese Zielgruppe innerdeutsche Reiseziele favorisiert. Daher ist seitens der Akteure in den Regionen die Beschilderung gemäß den Bedürfnissen der Zielgruppe vorrangig für die Anreise- und Abreise mit dem Pkw sowie der Bahn anzupassen. Folglich ist die barrierefreie Gestaltung der Bahnhöfe und öffentlichen Verkehrsmittel sowie die Verfügbarkeit von ausreichend gekennzeichneten Behindertenparkplätzen sicherzustellen. Aber Achtung: Nicht alle Menschen mit Einschränkungen haben einen Behinderungsgrad von über 50% und somit einen Schwerbehindertenausweis. Dementsprechend sollte bei der Gestaltung von Parkplätzen auch nach Alternativ-Lösungen gesucht werden z.B. für Menschen mit Gehbehinderung oder Mütter mit kleinen Kindern. Auch diese würden sich über breitere Parklücken für das Aussteigen freuen. Die Deutsche Bahn AG hat sich in den letzten Jahren inzwischen vermehrt der Reduzierung der Barrieren für Menschen mit Handicap verpflichtet. Auf ihrer Website informiert die DB über Einstiegshilfen, Fahrplanauskünfte, Vergünstigungen, Gepäckservice und vieles mehr für mobilitätseingeschränkte Reisende. Beispielsweise bietet die Deutsche Bahn einen SMS-Service für Gehörlose und Schwerhörige an.⁶⁵ Im Sinne einer barrierefreien Customer Journey ist es die Aufgabe der Kommunen, eine barrierefreie Fortbewegung in der Kommune sicherzustellen.

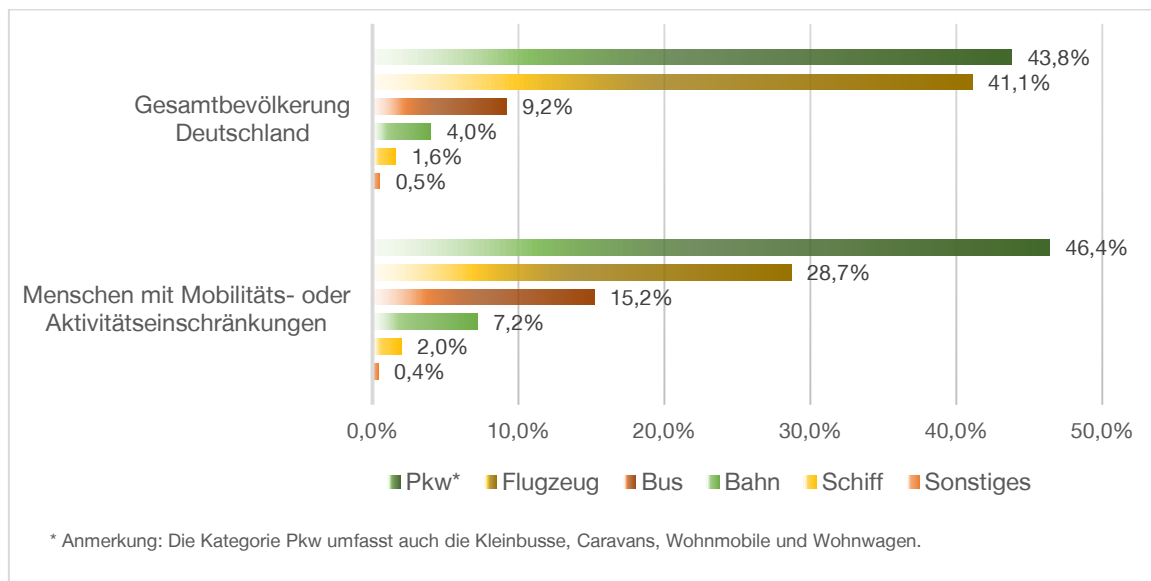
Wie der nachstehenden Abbildung zu entnehmen ist, weichen Menschen mit Handicap im Vergleich zur gesamtdeutschen Bevölkerung auch verstärkt auf den Bus aus. Somit sind in künftigen Überlegungen auch das Parken und Rangieren mit z.T. größeren Reisebussen in den Städten zu berücksichtigen.

⁶³ Die starke Bedeutung des Pkws für die Haupturlaubsreise seitens der Menschen mit Handicap ist überraschend, da Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen deutlich seltener über ein eigenes Auto verfügen.

⁶⁴ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 65.

⁶⁵ Vgl. DB (Hg.) (2011), www.bahn.de.

Abb. 11: Hauptverkehrsmittel der Haupturlaubsreise



Quelle: Nach BMWi (Hg.) (2008), S. 66, basierend auf FUR-Reiseanalyse 2007

„Für touristische Destinationen bedeutet dies, dass die barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Verkehrs (unter anderem Erreichbarkeit, Vorabinformation, Infrastruktur, Service) ein zentraler Erfolgsfaktor im Hinblick auf die barrierefreie Entwicklung ist.“⁶⁶

Ankommen und Orientieren

Besonders für Menschen, die durch ihre Beeinträchtigung Probleme bei der Orientierung in fremden Umgebungen haben, ist das Element Ankommen und Orientieren sehr entscheidend für die Wahl der Reiseregion. Es gilt, die Situation für diese Menschengruppe zu vereinfachen, z.B. durch spezifische Stadtübersichten, deren Inhalte auch von sehbehinderten oder vollständig erblindeten Menschen erfasst werden können (z.B. durch Reliefschrift oder Brailleschrift, haptische Erhebungen etc.). Für die Orientierung sind somit Informations- und Leitsysteme sowie Tourismusinformationsstellen (hier Information und Service) entscheidend. Umfassende integrative Leitsysteme, die die Bedürfnisse von Menschen mit Handicaps berücksichtigen, werden noch vermisst. Ansprüche an derartige Leitsysteme sind:

- eine angemessene Höhe (für Rollstuhlfahrer)
- ausreichend große Schrift sowie Kontraste (für Sehbehinderte)
- mit tastbarer Schrift, Leitstreifen etc. (für Blinde)
- mit z.T. akustischen Informationen

„Nur“ jeder zweite Reisende mit Behinderung fühlte sich zur Erhebungszeit im Jahr 2003 bei der Ankunft und der Orientierung beeinträchtigt, dies ist darauf zurückzuführen, dass mehrere Menschen mit Handicap auf die Unterstützung durch eine Begleitperson angewiesen sind oder gemeinsam mit dem Partner oder der Familie reisen.⁶⁷

⁶⁶ BMWi (Hg.) (2008), S. 66.

⁶⁷ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 13f.

Fortbewegung am Urlaubsort

Für drei von vier der mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Menschen sind gute Möglichkeiten zur Fortbewegung vor Ort wichtig für die Wahl eines Reiseziels.⁶⁸ Die Mehrheit der Reisenden mit Handicap – vorrangig Individualreisende – erleben hierbei besonders viele Barrieren, die eine ungehinderte Fortbewegung verhindern.⁶⁹ Mängel bestehen sowohl bei der baulichen und verkehrlichen Infrastruktur, als auch nicht ausreichenden Informationen über barrierefreie Fortbewegungsmöglichkeiten vor Ort. Vor allem in ländlichen Gebieten sind oftmals keine ausreichenden Voraussetzungen für die hindernisfreie Fortbewegung von Rollstuhlfahrern oder sehingeschränkten und blinden Menschen geschaffen. Immer wieder wird dabei auch das Fehlen barrierefreier Toiletten bemängelt.⁷⁰ „Menschen mit sensorischen Behinderungen erfahren Beeinträchtigungen vor allem durch mangelhafte Kommunikationshilfen oder Unfallgefahren.“⁷¹

Unterkunft

Obwohl die Unterkunft nur ein Baustein des Urlaubserlebnisses darstellt, ist dieses Element das wichtigste Entscheidungskriterium für die Wahl des Reiseziels (81,8%).⁷² Wenn Menschen mit Handicap verreisen, ist das Hotel die beliebteste Unterkunftsform. Auch hier ist natürlich die Abhängigkeit von der Zusammensetzung der Reisegruppe und der Wahl des Reiseziels oder der Reiseart zu berücksichtigen. Reisen Menschen gemeinsam mit Kindern wird möglicherweise eine andere Unterkunftsform gewählt, als bei einem allein reisenden Pärchen. Häufiger übernachteten Menschen mit Einschränkungen auch in einer gemieteten Ferienwohnung/einem gemieteten Ferienhaus sowie bei Verwandten und Bekannten – ähnlich der Gesamtbevölkerung.⁷³ Die größten Barrieren bestehen dabei, trotz positiver Entwicklungstendenzen, zumeist bei der Zugänglichkeit des Gebäudes – z.B. aufgrund fehlender Rampen, zu schmaler Türen, fehlender taktiler Bodenelemente.⁷⁴

Einheitliche Bewertungs- und Erfassungskriterien können den Gästen die Auswahl einer geeigneten Unterkunft erleichtern. Aus diesem Grund sollten gängige Zertifizierungen o.ä. angestrebt werden. Im Jahr 2005 hat sich beispielsweise der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband mit zahlreichen weiteren Kooperationspartnern auf die erste bundes- und branchenweite Zielvereinbarung zur Barrierefreiheit geeinigt, die im Jahr 2010 weiterentwickelt wurde. Diese bezieht sich auf die Barrierefreiheit im Gastgewerbe und deren Weiterentwicklung. In dem Handbuch „Barrierefreiheit in Hotellerie und Gastronomie“ sind die Standards der bundesweiten Zielvereinbarung erläutert – einschließlich der gesonderten Checklisten je nach Art der Beeinträchtigung. Es finden sich zahlreiche Tipps zur Umsetzung sowie Hinweise zum barrierefreien Planen und Bauen in Hotellerie und Gastronomie.⁷⁵ Darüber hinaus wird eine einheitliche Kennzeichnung durch das bundesweite

⁶⁸ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 18.

⁶⁹ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 18; Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagsso.de, S. 5.

⁷⁰ Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagsso.de, S. 5.

⁷¹ BMWA (Hg.) (2003), S. 18.

⁷² Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 18.

⁷³ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 66.

⁷⁴ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 18.

⁷⁵ Vgl. DEHOGA (Hg.) (2010), www.dehoga-bundesverband.de.

Projekt „Reisen für Alle“ – ein Kooperationsprojekt des Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. und der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. (NatKo) – angeboten.⁷⁶

Abb. 12: Handbuch „Barrierefreiheit in Hotellerie und Gastronomie“



Quelle: DEHOGA (Hg.) (2010), www.dehoga-bundesverband.de

Eine passende Unterkunft zu finden, ist gerade für aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Menschen besonders wichtig. Dabei muss die Unterkunft neben den klassischen zu erfüllenden Kriterien wie Lage, Preis/Leistung, Qualität, Ausstattung etc. auch für Menschen mit Handicap zugänglich sein. Denn ihre Situation stellt meist hohe Anforderungen an die einzelnen Häuser. Diese Anforderungen werden unter Berücksichtigung des demografischen Wandels womöglich auch stärker durch andere Zielgruppen nachgefragt.

Verpflegung/Gastronomie

Vor allem blinde und sprachbehinderte Personen erleben im Restaurant, Café etc. Barrieren.⁷⁷ Eine speziell aufgearbeitete Speise- und Getränkekarte reduziert die Hindernisse für diesen Personenkreis. Durch eine Karte in Brailleschrift können die Angebote und Gerichte auch von blinden Menschen erfasst werden. Eine bebilderte Speisekarte mit einfacher Sprache ist nicht nur für Menschen mit kognitiven Einschränkungen und Leseschwäche erleichternd, sondern auch für ausländische Gäste mit eingeschränkten Deutschkenntnissen und Familien mit Kindern im Vorschulalter.⁷⁸

⁷⁶ Vgl. DSFT (Hg.), www.deutschland-barrierefrei-erleben.de.

⁷⁷ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 19.

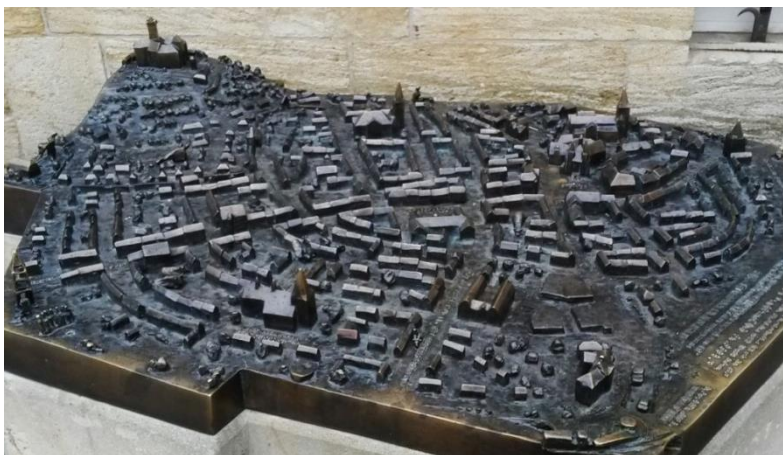
⁷⁸ Vgl. Bundesverband evangelische Behindertenhilfe e.V. (Hg.) (2014), www.mitmenschpreis.de.

Kulturelle Aktivitäten & Besichtigung

Besonders bei Kultur-, Studien- und Städtereisen spielt die Zugänglichkeit kultureller Einrichtungen und die Ermöglichung der Teilnahme an kulturellen Aktivitäten eine besonders große Rolle. Dabei bezieht sich diese sowohl auf die räumliche/bauliche Zugänglichkeit, als auch die Zugänglichkeit zu Informationen über das Gebäude und deren Angebote wie Ausstellungen, Exponate etc.⁷⁹ Zwar ist eine „absolute“ Barrierefreiheit wünschenswert, jedoch können vorübergehend auch individuelle Lösungen Abhilfe schaffen. So kann ein fehlender Aufzug und somit der verhinderte Zugang in obere Etagen für Rollstuhlfahrer durch ein Video im Erdgeschoss über die Exponate in den Ausstellungsräumen der oberen Etagen, wenigstens zu einem Teil kompensiert werden. Vom Deutschen Museumsbund gibt es beispielsweise eine gesonderte Veröffentlichung zum Thema „Das Inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion“, die als Richtlinie genutzt werden kann. Diese thematisiert die virtuelle und räumliche Zugänglichkeit, den zielgruppenorientierten Service, Texte, Hinweise zu Dauer- und Wechselausstellungen sowie zu Bildungs- und Vermittlungsangeboten.⁸⁰

Ein weiterer Baustein sind geführte Besichtigungen oder auch Stadtrundgänge und -rundfahrten. Stadtführungen bieten den Besuchern einen schnellen Überblick über das kulturelle Angebot einer Stadt und sind daher beliebt. Menschen mit spezifischen Bedürfnissen stellen dabei zum Teil besondere Anforderungen an eine Stadtführung oder Besichtigung. Für blinde Menschen oder Gäste mit geringen Sehvermögen ist es essentiell, dass die Beschreibungen durch den Stadtführer möglichst bildhaft sind und die Möglichkeit besteht, Exponate auch zu ertasten (z.B. Stadtre Relief).

Abb. 13: Stadtre Relief Wernigerode



Bildquelle: Christin Volkmer

Zahlreiche Städte, vereinzelt auch Regionen, bieten bereits Stadtführungen für Blinde und Sehbehinderte an. 2013 erhielt beispielsweise die Erfurt Tourismus und Marketing GmbH im Rahmen des Deutschen Tourismuspreises einen Sonderpreis für ihren Videoguide in

⁷⁹ Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 19f.

⁸⁰ Vgl. Deutscher Museumsbund (Hg.) (2000), www.museumsbund.de, S. 4f.

Deutscher Gebärdensprache und Stadtführungen für gehörlose Erfurt-Besucher. Der Videoguide ermöglicht es gehörlosen Menschen, die Stadt individuell zu erkunden. An 20 Stationen in der Stadt spielt ein iPod Filmsequenzen ab.⁸¹

Service vor Ort & medizinische Versorgung vor Ort

Guter Service ist die wohl bedeutendste und übergreifende Anforderung seitens aller Gäste. Denn durch guten und einfühlsamen Service können so manche noch verbleibenden Barrieren in der baulichen und verkehrlichen Infrastruktur ausgeglichen werden. Siehe dazu auch die Ausführungen in Kapitel 6 zur Dienstleistungsqualität, denn diese hat einen bedeutenden Einfluss auf die empfundene Zufriedenheit seitens der Gäste. Die Ausgestaltung des Serviceangebotes wird dabei wesentlich von dem Grad und der Art der Beeinträchtigung beeinflusst und sollte darauf abgestimmt sein. „Besonders hörbehinderte Reisende sind mit diesem Aspekt der touristischen Servicekette unzufrieden. So gaben 91 % der gehörlosen Menschen an, Barrieren bezüglich des Services auf ihren Reisen erlebt zu haben, die ihre Reisen erheblich beeinträchtigt haben.“⁸²

Eine Messung der Dienstleistungsqualität in Betrieben und Einrichtungen einer Region ermöglicht u.a. die Mystery Guest Methode. Dabei führen die so genannten Mystery Guest (Testkunde oder Beobachter) Testkäufe durch oder nehmen eine Dienstleistung in Anspruch. Im Anschluss wird der Einkauf bzw. die Dienstleistung anhand festgelegter Kriterien bewertet und ermöglicht eine Einschätzung der Service- bzw. Dienstleistungsqualität.⁸³ Dabei kann sowohl ein Eindruck über die eigene Leistung als auch über die Leistung der Konkurrenz gewonnen werden. Diese Tests können beispielsweise durch regionale oder überregionale Behindertenverbände oder durch die/den Beauftragten für Barrierefreiheit in den Kommunen durchgeführt werden.

Grundsätzlich ist im Hinblick auf die medizinische Versorgung zwischen absolut notwendigen und vorteilhaften Leistungen zu unterscheiden. Absolut notwendig sind diese beispielsweise für Dialysepatienten.

Ausflüge in die Umgebung/Freizeitmöglichkeiten






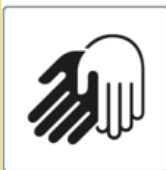
Für Ausflüge in die Umgebung gelten grundlegend dieselben Anforderungen wie an andere Bereiche der touristischen Servicekette, z.B. An- und Abreise, Fortbewegung am Ort, Gastronomie etc.







⁸¹ Vgl. DTV-Broschüre „Innovation hat einen Preis“ anlässlich des Deutschen Tourismuspreises 2013, S. 14.





⁸² BMWA (Hg.) (2003), S. 20.

⁸³ Vgl. Meffert, H.; Bruhn, M. (2000), S. 216 ff.







Abb. 14: Bedürfnisse mobilitäts- & aktivitätseingeschränkter Menschen entlang der Servicekette






<p>Vorbereitung, Information und Buchung</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Detaillierte Informationen zu bequem erreichbaren und barrierefreien Angeboten (z.B. Zimmern in Unterküpfen, Transfermöglichkeiten, Gastronomie) ▪ Kommunikation dieser Informationen durch Personal 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zugang zu Gebäuden/Räumen und Erreichbarkeit von Informationsmaterial gewährleistet ▪ Erhebung und Darstellung aktueller, detaillierter Daten über Zugänglichkeit von Angeboten und deren Ausstattung (z.B. Stufenanzahl, Türbreiten, WC- und Zimmersausstattung, barrierefreie Unterkünfte und Sehenswürdigkeiten) in speziellen Broschüren, Internet usw. ▪ Einbindung dieser Informationen in Datenbanken von Reservierungssystemen ▪ Informationen in anderen Sprachen ▪ Sensibilisierung und Weiterbildung der Mitarbeiter auf spezielle Bedürfnisse 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhebung und Darstellung aktueller, detaillierter Daten über Zugänglichkeit von Angeboten und deren Ausstattung sowie Orientierungshilfen (z.B. Sprachausgabe im Aufzug, tastbare Zimmernummern, geeignete Fußbodenstrukturen, Liste mit relevanten Adressen vor Ort) in speziellen Broschüren, Internet usw. ▪ Einbindung dieser Informationen in Datenbanken von Reservierungssystemen ▪ Informationsmaterial in serifenloser Schrift, mind. 14 Punkt Schriftgröße und kontrastreich gestaltet ▪ Ebenso in erhabener Schrift oder Braille sowie als Audioversion ▪ Internetseite barrierefrei gestalten ▪ Sensibilisierung und Weiterbildung der Mitarbeiter auf spezielle Bedürfnisse 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Detaillierte, aussagekräftige und aktuelle schriftliche Information zum Urlaubsort/-region sowie zu speziellen Angeboten und Aktionen (z.B. Stadtrundgänge in Gebärdensprache)
--	---	---	---	--







	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Barrierefrei gestalteter ÖPNV und Bahnhof (z.B. Niederflrbusse, rutschfeste Haltegriffe und Bodenbeläge, genügend Beinfreiheit, Treppen mit überhängenden Geländern) ▪ Ausreichend Sitzmöglichkeiten und Gepäckservice 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewiesene barrierefreie Parkplätze (z.B. vor Sehwürdigkeiten) ▪ Barrierefrei gestalteter ÖPNV (z.B. Niederflrbusse, Rampen, Erreichbarkeit von Fahrkartenautomaten, Stellplätze für Rollstühle im Bus) ▪ Barrierefrei gestalteter Bahnhof (z.B. Erreichbarkeit von Fahrkartenautomaten, ebenerdige Eingänge, Gepäckservice) 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkehrsmittel, Bahnhöfe, Fahrkartenautomaten usw. großzügig und kontrastreich gestaltet ▪ Tastbare Bedienelemente (z.B. Türöffner, Notausgänge, Haltegriffe) ▪ Taktile Kennzeichnung von Bahn-/Bussteigkanten ▪ Akustische Ansagen und Signale ▪ Möglichkeit für Ticketkauf und Informationsauskunft am Schalter ▪ Informationen in großer Schrift, Brailleschrift oder als Audioversion ▪ Absenkung der Bordsteine, Verkehrsampeln mit akustischen und taktilen Einrichtungen, Wegezeichnung usw. 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute blendfreie Ausleuchtung der Informationsstellen ▪ Visualisierung der Informationen, Durchsagen etc. ▪ Anbieten von Informationen mittels Höranlagen (z.B. Fahrpläne)
<p>Anreise und Abreise</p>			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übersichtliche Gliederung und kontrastreiche Eingangstüren und Gestaltung der Räume ▪ Tastbares Leitsystem in öffentlichen Einrichtungen ▪ Markierung von Glasflächen, Treppenkanten ▪ Wechselnde Fußbodenstrukturen ▪ Übersichtliche, kontrastreiche Stadtpläne und Informationen in großer Schrift ▪ Blendfreie Informationstafeln in Augenhöhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute Ausleuchtung der Informationsstellen erleichtert z.B. das Lippenlesen ▪ Sämtliche Informationen in schriftlicher Form
<p>Ankommen und Orientieren</p>				

				
<p>▪ Barrierefrei zugängliche Rezeption, Zimmer, Restaurant etc. (z.B. leicht öffnende Türen, wenig Stufen, durchgängige Handläufe)</p> <p>▪ Ausreichend Sitzgelegenheiten im Foyer</p> <p>▪ Gepäck- und Abholservice anbieten</p> <p>▪ Barrierefreie Bäder (z.B. mit ausreichend Bewegungsfläche, geeigneten Toiletten, Haltegriffen, schwelldenden Duschen, rutschhemmenden Böden, Mischhebelarmaturen)</p> <p>▪ Alle Freizeit- und Gasträume barrierefrei</p> <p>▪ Personalschulung und -sensibilisierung hinsichtlich spezieller Serviceleistungen, Hilfen etc.</p>	<p>▪ Ausreichend barrierefreie Parkplätze in der Nähe vom Eingang</p> <p>▪ Bauliche Veränderungen nach aktuellen DIN-Normen</p> <p>▪ Ausreichend Sitzgelegenheiten im Foyer und abgesenkte Theken</p> <p>▪ Aufzug mit entsprechender Breite und Bedienelementen in geringer Höhe</p> <p>▪ Barrierefreie Zimmer (z.B. mit breiten, schwelldenden Zugängen, ausreichend Bewegungsfläche, glatten Böden, verstellbarem Bett, unterfahrbaren Tischen, langen Spiegeln, alle Funktionselemente sitzend bedienbar)</p> <p>▪ Barrierefreie Bäder (z.B. mit ausreichend Bewegungsfläche, geeigneten Toiletten, Haltegriffen, schwelldenden Duschen, rutschhemmenden Böden, Mischhebelarmaturen, alle Funktionselemente sitzend bedienbar)</p> <p>▪ Alle Freizeit- und Gasträume barrierefrei</p> <p>▪ Personalschulung und -sensibilisierung hinsichtlich spezieller Serviceleistungen, Hilfen etc.</p>	<p>▪ Kontrastreiche Gestaltung (z.B. farblich abgesetzte Eingänge, Türen, Treppenkanten, Fußböden, Richtungsweiser/Ausschilderung)</p> <p>▪ Unterschiedlich tastbare Bodenbeläge</p> <p>▪ Handläufe mit tastbaren Angaben oder Informationen (z.B. Etagenanzahl)</p> <p>▪ Barrierefreie Zimmer (z.B. ohne scharfkantige Möbel, schwelldelos, hell ausgeleuchtet, spezielles Telefon mit großen Ziffern)</p> <p>▪ Barrierefreie Bäder (z.B. mit geeigneten Toiletten, schwelldender Dusche, kontrastreichen Armaturen)</p> <p>▪ Akustische Ansagen oder tastbare Kennzeichnung einzelner Einrichtungen im Aufzug</p> <p>▪ Begleitung des Gastes zum Zimmer sowie Erklärung des Weges, der Raumaufteilung, Handhabung wichtiger Geräte, Fluchtwege etc.)</p> <p>▪ Blindenführhunde erlauben</p> <p>▪ Schulung und Informierung des Personals</p> <p>▪ Kein Verrücken oder Verlegen von Einrichtungsgegenständen, Bedienelementen etc. ohne Information an Gast</p>	<p>▪ Gute Ausleuchtung der Rezeption</p> <p>▪ Sämtliche Informationen in schriftlicher Form</p> <p>▪ Akustische Warnsignale in optisch wahrnehmbare umwandeln</p> <p>▪ Technische Geräte im Zimmer mit Blink- oder Vibrationssignalen</p> <p>▪ Hilfestellung anbieten</p> <p>▪ Kommunikationstechnik (z.B. E-Mail, Fax) anbieten</p>	

Unterkunft

	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstärkte Serviceorientierung des Personals (z.B. Türen aufhalten, zum Platz geleiten) ▪ Barrierefreies Gäste-WC 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Barrierefreier Eingang (Umbau nach DIN-Norm) ▪ Ausreichend Bewegungsfläche zwischen den Tischen, bewegliches Mobiliar, unterfahrbare Tische ▪ Rampen im Thekenbereich ▪ Erreichbarkeit des WCs garantieren und barrierefreies WC 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausreichend breite und freie Durchgänge ▪ Kontrastreiche Markierung ▪ Gut ausgeleuchtete Sitzplätze ▪ Speisekarte in serifenloser Großschrift oder in Braille und mündliche Informationen ▪ Schulung und Sensibilisierung des Personals (z.B. unaufdringlicher, höflicher Service, Raumbeschreibung, Serviceschritte am Tisch erklären) ▪ Niemals den Gast uninformiert allein lassen 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schulung und Sensibilisierung des Personals (z.B. sich stets dem Gast direkt von vorn nähern)
<p>Verpflegung</p>				
<p>Freizeit und Sport</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausarbeitung und Kommunikation spezieller Freizeit- und Sportangebote (z.B. Wellness, Wassersport, Bootstouren, Kutschfahrten, Golfen etc.) ▪ Barrierefrei zugängliches Schwimmbad ▪ Ebenes und rutschfestes Wegenetz für Wanderungen oder Spaziergänge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attraktive Sport- und Freizeitangebote anbieten bzw. Entwicklung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen (z.B. Wanderwege, Rampen für Fahrgast-schiffe) ▪ Information über vorhandene Sport- und Freizeitaktivitäten sowie Vernetzung barrierefreier Angebote ▪ Technische Hilfsmittel (z.B. Baderampe) ▪ Kooperation mit lokalen Behindertenorganisationen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschreibung der vorhandenen Teilnahmemöglichkeit und Vernetzung barrierefreier Angebote ▪ Kooperation und Kontakt mit lokalen Behindertenorganisationen ▪ Barrierefreie Zugangsmöglichkeiten zu Schwimmbädern, Saunen etc. (z.B. kontrastreiche Leitsysteme, tastbare Orientierungstafeln, Sicherung durch taktile Begrenzungen) ▪ Gestaltung ausgewählter Attraktionen (z.B. Wanderweg mit taktilen Markierungen, tastbare Schautafeln mit kontrastreicher, großer Schrift bzw. Braille oder in akustischer Form) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute Beschilderung der Freizeit- und Sportanlagen ▪ Informationen über Angebote in schriftlicher Form ▪ Hinweis auf spezielle Angebote für hörgeschädigte oder gehörlose Gäste

	 <ul style="list-style-type: none"> Keine baulichen Barrieren zu öffentlichen Gebäuden Spezielle Serviceleistungen anbieten (z.B. Verleih von Gehhilfen oder Rollstühlen) Speziell konzipierte Ausflüge anbieten Information über mobile Pflegekräfte Ausreichend öffentliche barrierefreie Toiletten und EURO-Toilettschlüssel anbieten Schulung und Sensibilisierung des Personals im Umgang mit gehbehinderten Gästen 	 <ul style="list-style-type: none"> Genaue Informationsvermittlung in Bezug auf Zugänglichkeit der touristischen Angebote vor Ort Transferservice anbieten Bedienelemente in erreichbarer Höhe nach aktueller DIN-Norm Verleih von Hilfsmitteln (z.B. Strandrollstühle) Ausreichend öffentliche barrierefreie Toiletten und EURO-Toilettschlüssel anbieten Vermittlung und Bereitstellung von Pflege-, Therapie und Assistenzangeboten Kooperation mit lokalen Behindertenorganisationen Schulung und Sensibilisierung des Personals 	 <ul style="list-style-type: none"> Direkte Ansprache des Gastes (keine ausschließliche Kommunikation mit Begleitperson) Hilfestellung anbieten Transferservice anbieten Angebote eines Begleitservices am Urlaubsort, Vorleseservice Kontrastreiche Markierungen Bedienelemente mit akustischen Signalen Ausreichend öffentliche barrierefreie Toiletten und EURO-Toilettschlüssel anbieten Schulung und Sensibilisierung des Personals im Umgang mit sehingeschränkten und blinden Gästen 	  <ul style="list-style-type: none"> Blickkontakt mit Betroffenen halten sowie ruhige, deutliche Sprache Kommunikationserleichterung durch Aufschreiben Kooperation mit lokalen Behindertenorganisationen Adresslisten bereithalten (z.B. Kontaktdaten zu Gebärdendolmetschern)
<p>Service und Assistenz</p>				
<p>Unterhaltung und Kultur</p>	<ul style="list-style-type: none"> Stets ausreichend Sitzmöglichkeiten anbieten, auch im Eingangsbereich Auf genügend Beinfreiheit bei der Bestuhlung achten Bereitstellung von Gehhilfen und Rollstühlen (z.B. in Museen) 	<ul style="list-style-type: none"> Zugänglichkeit zu kulturellen Einrichtungen beschreiben Auch Information bei fehlender Zugänglichkeit Abbau vorhandener Barrieren Ausstellungsobjekte z.B. in Museen sollten auch sitzend betrachtbar sein Detaillierte Informationen für Rollstuhlfahrer im Veranstaltungskalender sowie ausreichend Sitz- und Stellplätze bei Events anbieten 	<ul style="list-style-type: none"> Angebot von barrierefreien Orientierungshilfen (z.B. tastbarer Geländeplan oder Leitsysteme) Detaillierter Veranstaltungskalender in Großschrift oder Braille (z.B. auf barrierefreier Internetseite) Sensibilisierung der Veranstalter Auswahl an tastbaren Ausstellungsobjekten Erklärung der Ausstellungsobjekte in Großschrift, Braille oder als Audioversion 	<ul style="list-style-type: none"> Spezielle Führungen (z.B. in Museen oder Stadtführungen) in kleinen Gruppen oder mit Gebärdendolmetscher anbieten Detaillierte Informationen in schriftlicher Form Z.B. Untertitelfassungen oder Einsatz von Höranlagen bei Kinoveranstaltungen, Theaterstücke in Gebärdensprache Anwendung eines Induktionsschleifensystems bei kulturellen Veranstaltungen

<p>Ausflug und Shopping</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Barrierefreier Zugang zu Geschäften ▪ Hilfestellung beim Einkauf ▪ Barrierefreie Umkleidekabinen ▪ Angebot barrierefreier Stadtrundgänge 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebot individueller und geführter barrierefreier Stadtrundgänge ▪ Barrierefreier Zugang zu Geschäften, barrierefreie Umkleidekabinen, unterfahrbare Kasse etc. 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Barrierefreier Zugang zu Geschäften und Einrichtungen sowie barrierefreie Ausstattung öffentlicher Räume/Plätze ▪ Barrierefreie Orientierungshilfen und Informationen (z.B. Warenbeschriftung in Braille) ▪ Hinweise zu speziellen Angeboten für sehingeschränkte und blinde Menschen (Sehenswürdigkeiten mit Audioguide) ▪ Ausarbeitung und Durchführung spezieller Stadtführungen 	  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schulung und Sensibilisierung des Personals
<p>Nachbetreuung</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spezielle Marketingaktionen der touristischen Leistungsträger zu neuen barrierefreien Angeboten ▪ z.B. Newsletter für gehingeschränkte, höreingeschränkte, gehörlose Menschen und Rollstuhlfahrern ▪ z.B. persönliche Anrufe bei sehingeschränkten oder blinden Menschen ▪ Pflege einer Kundendatenbank mit speziellen Anforderungen, Wünschen, Bedürfnissen usw. der Gäste 			

Quelle: Eigene Darstellung ITF in Anlehnung an ADAC (Hg.) (2003), S. 28ff.; Piktogramme entstammen folgender Quelle: Schrader, R.; Frank, G. (2013), www.deutschland-barrierefrei-erleben.de, S. 17

In einer Broschüre des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz wurden die Rahmenbedingungen eines Tourismus für Behinderte und ältere Menschen wie folgt formuliert:

„Als Anforderung an ein attraktives Verkehrssystem sind vorrangig Zugänglichkeit, Bequemlichkeit, Sicherheit, Preisgestaltung, Qualität der angebotenen Dienstleistungen sowie der entsprechenden Reiseinfrastruktur zu nennen. Am Zielort der Reise sollen das konkrete Tourismusangebot sowie das engere und weitere Umfeld vor Ort (inklusive kultureller und diverser Freizeitangebote) die Voraussetzung für einen angenehmen Aufenthalt schaffen. Hotels und Gaststätten (sowie auch die weiteren Einrichtungen am Urlaubsort bezüglich Kultur, Freizeit, Sport, Bildung, Erholung etc.) sollen in bezug auf Lage, Erreichbarkeit, bauliche Gestaltung und Ausstattung den Bedürfnissen und Wünschen der Gäste entsprechen. Darüber hinaus ist auf das Qualitätsniveau im Bereich der Service- und Dienstleistungen zu achten.“⁸⁴



Was erwarten Menschen mit Behinderung – Wissen für Eilige

Für Menschen mit Handicap existieren je nach Art und Schwere der Behinderungen zum Teil spezifische Anforderungen, die sie an touristische Produkte stellen. Und dies in den 3 Phasen einer Reise: Reisevorbereitung, Reisedurchführung und Nachbereitung.

Zu den wesentlichen Anforderungen zählen:

- Einfacher Zugang zu den wichtigsten Informationen für die Reiseplanung und während der Reise
- Möglichst unbeschwerte An- und Abreise, auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Weitestgehend uneingeschränkter Zugang zu touristischen Angeboten am Urlaubsort – vom Museum bis zur Kirche
- Ein auf die spezifischen Belange ausgerichteter Kundenservice durch Leistungsträger und touristische Informations- und Servicestellen – vom Restaurant bis zum Arzt
- Gewährleistung von barrierefreier Mobilität am Urlaubsort
- Respektvoller, natürlicher und freundlicher Umgang

Quelle: ADAC (2003), S. 22

⁸⁴ BMSG (Hg.) (2003), S. 44.

6 Was resultiert aus diesem Wissen für die Entscheidungsträger in den Regionen?

Die Ausführungen der vorangestellten Kapitel verdeutlichen bereits die vielfältigen Herausforderungen, die bei der Etablierung einer Destination als barrierefreies Reiseziel zu berücksichtigen sind. Diese ergeben sich zumeist aus den spezifischen Anforderungen der Menschen mit unterschiedlichen Behinderungsformen, aber auch aus den verschiedenen Vorurteilen, die zum Thema Barrierefreiheit existieren und vielfach noch in den Köpfen von Akteuren und Entscheidungsträgern verankert sind. Doch wie das statistische Datenmaterial aufzeigt, stellt barrierefreier Tourismus ein interessantes Marktsegment mit Potenzial dar.

Weiterführende Informationen zu den Grundlagen

liefern die Homepages der Vereine und Verbände für Menschen mit Behinderungen oder auch verschiedene Studien auf EU-, Bundes- und Landesebene, die in den vergangenen Jahren überwiegend durch Bund und Länder in Auftrag gegeben wurden.

Vereinzelte Beispiele für weiterführende Quellen sind:



European Commission
(2014): Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe



BMWi (2008):
Barrierefreier
Tourismus für
Alle in
Deutschland



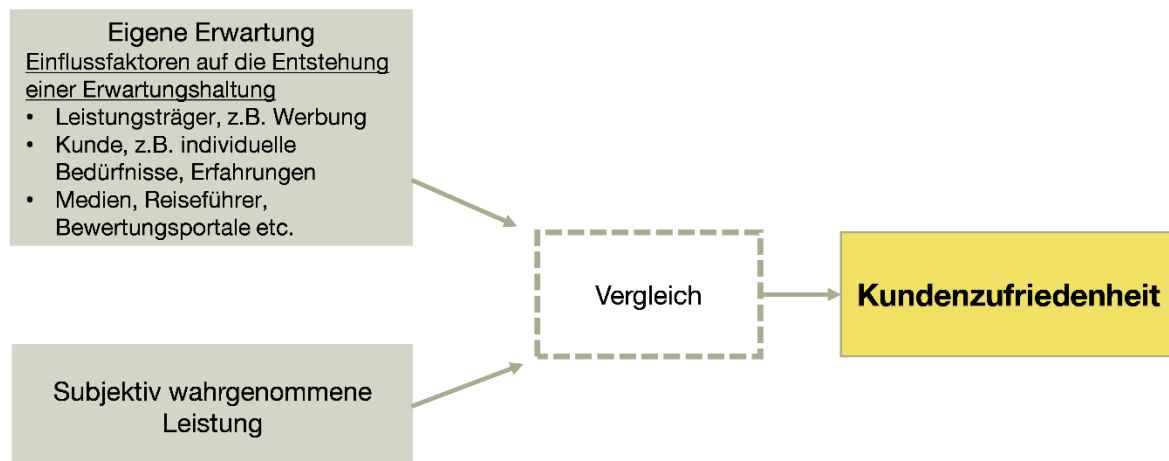
BMWA (2003):
Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle



ADAC (2003):
Barrierefreier
Tourismus für
Alle

Nicht immer, reisen Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen mit Begleitpersonen, die bei der Bewältigung von Hindernissen – seien diese räumlicher oder kommunikativer Natur – unterstützen können. Daher ist die weitgehende barrierefreie Gestaltung von Einrichtungen, Wegen oder auch Informationen die Grundlage für einen *Tourismus für Alle*. Hierbei ist einzugestehen, dass eine vollständige, flächendeckende Beseitigung von Barrieren in einer Destination für alle Behinderungsformen kaum möglich ist. Bedeutend ist jedoch, die bestehenden und nicht zu beseitigenden Barrieren ehrlich und detailliert zu kommunizieren, damit die Reisenden Klarheit haben. Denn zufrieden kann ein Gast nur gestellt werden, wenn er vor Ort mindestens das bekommt, was er bei der Reisevorbereitung erwartet hat.

Abb. 15: Entstehung von Kundenzufriedenheit



Quelle: In Anlehnung an Dreyer, A.; Dehner, C. (2003), S. 22, 25

Der einzelne Leistungsträger kann die Erwartungshaltung des Gastes sehr wohl beeinflussen, indem er wahrheitsgemäße Aussagen über sein Angebot trifft und dies ohne Missverständnisse kommuniziert. Leistungsversprechen – wie ein uneingeschränkter barrierefreier Urlaub – möchte der Gast auch erfüllt bekommen. Wird er dann allerdings mit verschiedenen, unerwarteten Barrieren konfrontiert, wirkt sich dies negativ auf die empfundene Zufriedenheit aus. Daher gilt es, eine Balance zu schaffen, zwischen werbewirksamen Texten und einer ehrlichen Kommunikation von Möglichkeiten und Einschränkungen.⁸⁵ So kann jeder Gast individuell entscheiden, ob er diese Destination besuchen oder eine bestimmte Einrichtung besichtigen möchte. Nur so ist ein erfreuliches, zufriedenes Urlaubserlebnis möglich.

Grundlegend spricht man von einer anzustrebenden geschlossenen Mobilitätskette und einer geschlossenen Informationskette, die seitens der Kommunen und Akteure vor Ort geschaffen werden muss und auf die Bedürfnisse der Gäste auszurichten ist. Laut der Website www.nullbarriere.de fühlen sich Menschen mit Behinderung dabei „weniger durch ihre physische Einschränkung behindert als durch Gedankenlosigkeit und die äußeren Umstände, die Unflexibilität der gebauten Umwelt.“⁸⁶ Ein häufig genanntes Problem neben der physischen Barrierefreiheit ist oftmals die fehlende Sensibilisierung der Mitarbeiter sowie das fehlende Wissen um die Bedürfnisse des Gastes.⁸⁷

⁸⁵ Vgl. Dreyer, A.; Dehner, C. (2003), S. 22f.

⁸⁶ Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de.

⁸⁷ Vgl. Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de, S. 5.

7 Zehn Schritte der Umsetzung

Um dem Kunden nicht nur vereinzelte barrierefreie Leuchtturmprojekte in einer Destination bieten zu können, sondern ein übergreifendes barrierefreies Urlaubsangebot entlang der touristischen Servicekette, ist eine Vielzahl von Schritten nötig. Denn keine Destination kann von heute auf morgen vollständig barrierefrei sein. Hierin liegt die „KruX“. Die Komplexität eines schönen Urlaubserlebnisses und die Zahl an Leistungsträgern und Akteuren, die dafür nötig sind, stellen Kommunen vor eine scheinbar schwer anzugehende Problematik.

Tipp:

Nicht an der Komplexität verzweifeln: Auch der längste Weg beginnt mit dem ersten Schritt!

Der vorliegende Leitfaden gibt motivierten Kommunen ein erprobtes Hilfsmittel an die Hand, um sie bei dem langwierigen Prozess, eine Destination barrierefrei auszurichten, zu unterstützen. Häufig stehen hier insbesondere alte, gewachsene Städte mit historischer Baukultur vor besonderen Herausforderungen (siehe dazu auch Barrierefreiheit und Denkmalschutz). Daher sind nicht zwingend alle Kommunen bzw. Destinationen als barrierefreie Reiseziele geeignet. Folgende Grundsatzfragen sind vor Projektbeginn zu klären:

- Besteht seitens der relevanten Akteure am Thema barrierefreier Tourismus Interesse und ist der Wille zur Umsetzung vorhanden?
- Welche barrierefreien Tourismusangebote existieren bereits in der Region?
- Verfügt die Kommune bzw. Destination über ausreichend Potenzial für barrierefreien Tourismus?
- Wie lautet das konkrete Projektziel? Soll eine barrierefreie Ausrichtung der gesamten Kommune erzielt werden oder sollen vorerst einzelne barrierefreie Gästepfade bzw. Leuchtturmprojekte entstehen?
- Welche Barrieren gilt es konkret zu beseitigen?
- Wie können die touristischen Angebote den Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen zugänglich gemacht werden? Welche Anforderungen werden an die touristische Servicekette gestellt?
- Welche Rahmenbedingungen benötigen die Menschen für Reisen mit Begleitpersonen und welche, um selbstständig reisen zu können?

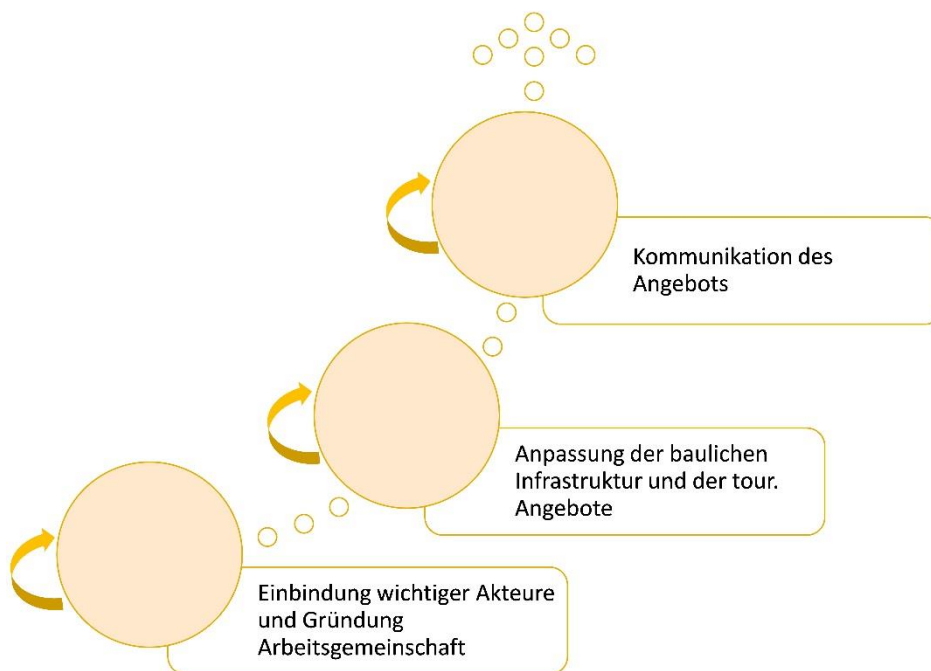
Um das Potenzial, dass sich aus einem *Tourismus für Alle* ergibt, nutzbar zu machen und die Zugänglichkeit und Nutzbarkeit von (touristischen) Einrichtungen und Dienstleistungen für alle Menschen sicherzustellen und zu verbessern, konnten 10 notwendige Schritte der Umsetzung identifiziert werden. Diese orientieren sich an den zentralen Erfolgsfaktoren, die namenhafte Studien zum barrierefreien Tourismus ermittelt haben. Die Studien, die in der Fußnote aufgeführt werden, dienen daher als Grundlage für die folgenden Ausführungen der Kapitel 7.1 bis 7.10.⁸⁸

⁸⁸ Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de;
BMWi (Hg.) (2008), www.bmwi.de;
BMW (Hg.) (2003)
DRV, www.tourismus-fuers-land.de;
Tourismus NRW e.V. (2003), www.muensterland-tourismus.de;
Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (2013), www.eukoba.com

Ein Patentrezept gibt es nicht, sondern das Vorgehen ist auch immer individuell an das Reiseziel, städtische Strukturen etc. anzupassen.

Die einzelnen Umsetzungsschritte lassen sich im Wesentlichen den in der folgenden Abbildung aufgeführten drei Phasen zuordnen. Mit der Kommunikation des Angebotes an Partner, an die Bevölkerung und insbesondere an Gäste ist das Vorhaben „Barrierefreier Tourismus“ jedoch nicht abgeschlossen. Jede Phase sollte regelmäßig auf Erweiterungsmöglichkeiten und Optimierungsbedarf im Sinne eines nachhaltigen Qualitätsmanagements geprüft werden.

Abb. 16: 3-Phasen-Modell der Umsetzung



Quelle: Eigene Darstellung

7.1 Nachhaltige Verankerung in der strategischen Planung

Übergreifend und für alle Schritte gleichermaßen geltend ist die nachhaltige Verankerung des Themas Barrierefreiheit in der strategischen Planung – sowohl bei der städtebaulichen Entwicklung als auch bei der Anpassung, Qualifizierung und Erweiterung des touristischen Angebotes. Nur so können die Potenziale eines barrierefreien Tourismus voll genutzt werden.

Checkliste Phase 1



1. Berücksichtigung von Barrierefreiheit in Tourismuskonzeptionen und Projektausschreibungen
2. Zentrale Projektsteuerung und strategische Planung

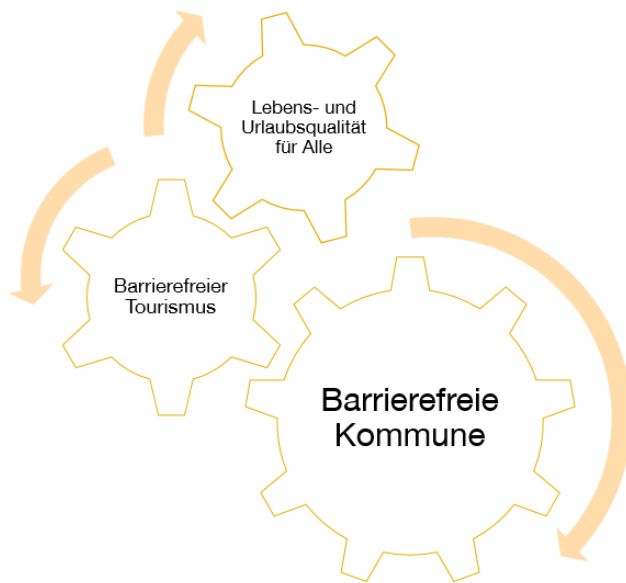
1. Berücksichtigung von Barrierefreiheit in Tourismuskonzeptionen und Projektausschreibungen

„Da die Herstellung von Barrierefreiheit/des *Designs für Alle* allen Menschen zugutekommt und nicht nur auf die Ermöglichung der gleichberechtigten Teilhabe von mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Gästen zielt, sollte sie dauerhaft in allen touristischen bzw. tourismusrelevanten Planungen, Förderprojekten und Umsetzungen (...) beachtet und verankert werden.“⁸⁹ Es wird empfohlen, ein eigenes Budget für die Entwicklung und Förderung des barrierefreien Tourismus zuzuweisen und das Thema Barrierefreiheit bzw. *Design für Alle* in die Fortschreibungen der Tourismuskonzepte einzubinden. Dementsprechend ist das Handlungsfeld dauerhaft auch in weitere Planungen, Projekte und Programme einzubeziehen und gleichermaßen als Grundvoraussetzung (Förderkriterium) für die Fördermittelbewilligung bzw. als Vergabekriterium öffentlicher Ausschreibungen anzusetzen (Grundlage dafür ist die EU-Direktiven 2004/17/EG und 2004/18/EG).⁹⁰ Barrierefreiheit ist somit als Querschnittsaufgabe anzusehen, weshalb die Konzepte (Tourismus, Marketing, Stadtplanung etc.) untereinander hinsichtlich des Themas abgestimmt werden müssen. Die Ausformulierung eines destinationsbezogenen „Masterplan barrierefreier Tourismus für Alle“ ist dem Vorhaben zuträglich, um den *Tourismus für Alle* strategisch und nachhaltig zu entwickeln.

⁸⁹ BMWi (2008), S. 107f.

⁹⁰ Vgl. BMWi (2008), S. 103.

Abb. 17: Wechselwirkung von Barrierefreiheit in der Kommune und dem Tourismus



Quelle: Eigene Darstellung

Das Thema ist nicht als schnelle Reaktion auf sich veränderte Marktgegebenheiten (hinsichtlich Nachfrage, Gesetzesgrundlagen für barrierefreie Gestaltung etc.) geeignet. Vielmehr ist es ein Thema, das bei sämtlichen Aktivitäten und Entscheidungen zu berücksichtigen ist. Somit gilt die Integration dieser Thematik im Hinblick auf eine konsequente Zielverfolgung für die:

- Strategische Entwicklung eines barrierefreien Tourismus (Entwicklung, Ausbau und Qualifizierung)
- Strategische Entwicklung der Kommune unter dem Gesichtspunkt Barrierefreiheit (Barrierefreiheit als Grundprinzip in allen Entwicklungsbereichen)

2. Zentrale Projektsteuerung und strategische Planung

Der barrierefreie Umbau bzw. die Weiterentwicklung der Barrierefreiheit erfordert einen langen Atem. Eine strategische Planung ist ebenso unverzichtbar wie eine zentrale Steuerung des Projekts. Die nachstehende Abbildung zeigt die Vorgehensweise anschaulich.

Abb. 18: Vorgehen im Zuge einer strategischen Planung



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de.

7.2 Bekenntnis der Entscheidungsträger und Festlegung der Zielgruppen

Der Prozess der Verbesserung der Barrierefreiheit ist langwierig und der Erfolg vom Engagement einer Vielzahl von Akteuren abhängig. Er setzt das Bekenntnis bedeutender Entscheidungsträger auf hoher städtepolitischer und wirtschaftlicher Ebene voraus. Doch was bedeutet in diesem Zusammenhang „Bekenntnis“? Es ist zu verstehen als eigenes Bestreben, zur Umsetzung/Realisierung beizutragen und den benötigten Etat für (infrastrukturelle) Anpassungen bereitzustellen. Nur wenn die Entscheider auf kommunaler Ebene einen ersten wesentlichen und glaubwürdigen Schritt in Richtung einer barrierefreien Kommune gehen, wird auch das Gewerbe bestrebt sein, zu reagieren! Denn was nützen barrierefreie Einrichtungen, wenn der Weg zu ihnen nicht barrierefrei ist?

Ein nicht zu unterschätzendes Ziel ist es, den Gedanken der Barrierefreiheit in den Köpfen zu verankern, damit die Belange der Menschen mit Behinderung auch bei Neu- und Umbauten in Zukunft in allen Bereichen berücksichtigt werden.

1. Bereitstellung finanzieller Ressourcen

Wenn eine Kommune die Umsetzung und Implementierung eines barrierefreien Tourismus realisieren möchte, ist ein finanzielles Budget für entsprechende Aktivitäten bereitzustellen bzw. ist eine Absichtserklärung zu formulieren, damit entsprechende Gelder auch tatsächlich zur Verfügung stehen. Neben der Bereitstellung finanzieller Ressourcen für Umbauten, Vermarktungsaktivitäten usw. sollten auch Personalmittel eingeplant werden. Dies sollte sowohl auf kommunaler als auch auf betrieblicher Ebene erfolgen. Beispielsweise sind auf Betriebs- und Leistungsträgerebene personelle und finanzielle Ressourcen für fortlaufende Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeiter sowie Mittel für die Durchführung operativer Marketingmaßnahmen sowie der Angebotsgestaltung und Produktentwicklung einzuplanen.

Die Höhe der bereitgestellten Budgets ist dabei abhängig vom Projektziel. Grundsätzlich kann sich eine Kommune auch ohne größere Budgets dem Vorhaben – die Reiseregion barrierefrei(er) zu machen – widmen. Bereits mit kleineren Maßnahmen kann die Barrierefreiheit des Angebotes deutlich verbessert werden, z.B. durch hellere Beleuchtung, Verwendung anderer Schriftgrößen, Beseitigung von Aufstellern auf schmalen Gehwegen oder einer stärkeren Serviceorientierung (aufgeschlossen und offen auf Gäste mit Einschränkungen zugehen). Dennoch: Ohne die entsprechenden finanziellen Rahmenbedingungen ist eine ganzheitliche Realisierung des Vorhabens (Herstellung von Lebens-

Checkliste Phase 2



1. Bereitstellung finanzieller Ressourcen
2. Ernennung eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus
3. Ermittlung und Ansprache der relevanten Entscheidungsträger in der Kommune und im Land
4. Auftaktgespräch zur Zielfestlegung und Benennung der Projektzielgruppen
5. Unterzeichnung einer symbolischen Absichtserklärung zur Unterstützung des Vorhabens

und Urlaubsqualität für Alle) nicht umsetzbar! „Oft werden die Kosten aus Unwissenheit [jedoch] für wesentlich höher gehalten, als sie tatsächlich sind“⁹¹.

2. Ernennung eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus

Die Ernennung eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus als Stabstelle ist der zweite wesentliche Schritt, um dem Projekt die nötige Bedeutung und Kontinuität zu verleihen. Er/Sie kann als „Motor“ oder „Schirmherr der Sache“ verstanden werden und sollte für die übergeordnete Koordination des Projektes hauptverantwortlich sein. Dies ist entscheidend, denn *Tourismus für Alle* ist ein äußerst komplexes Thema und die Einrichtung von Barrierefreiheit eine Querschnittsaufgabe aller Bereiche der Kommunalverwaltung. Organisatorisch empfiehlt es sich, mit der Koordination innerhalb einer Destination eine eigene, finanziell abgesicherte Arbeitseinheit zu beauftragen, also einen Koordinator oder eine Koordinationsstelle mit entsprechender Finanzausstattung (z.B. Budget für Vermarktungsmaßnahmen). Dies ist dienlich, um den Entwicklungsprozess nachhaltig abzusichern sowie marktgerecht und professionell zu bearbeiten.

Ohne „Kümmerer“ geht es nicht!

„Solange eine hauptamtliche Betreuung des Themas nicht möglich ist, sind engagierte Kümmerer, die als zentrale Ansprechpartner in der Region fungieren, eine unabdingbare Voraussetzung für die Forcierung des barrierefreien Tourismus. Es besteht jedoch immer die Gefahr, dass eine auf ehrenamtlicher Basis agierende Person ausfällt und nicht ad hoc ersetzt werden kann. Die Überführung des ehrenamtlichen Engagements in eine hauptamtlich geführte Institution ist somit eine wichtige Grundlage für die nachhaltige und professionelle Betreuung des Themas.“

Quelle: Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2013), www.eukoba.com

„Mittel- bis langfristig sollten jedoch Strukturen geschaffen werden, die unabhängig von engagierten Einzelpersonen greifen.“

Quelle: BMWi (Hg.) (2008), S. 108

Der Beauftragte sollte frei von fachlichen Weisungen sein und könnte an unterschiedlichen Stellen angesiedelt sein, z.B. bei der übergeordneten Tourismusorganisation (Regionalverband, regionale bzw. städtische Tourismusmarketinggesellschaft) oder der Kommune. Wünschenswert ist eine separate Stelle speziell für die touristischen Belange der Barrierefreiheit in der Kommune. Aber auch ein kommunaler Behindertenbeauftragter, der den Tourismus als ein Feld bearbeitet, ist denkbar. Denn die tourismusspezifischen Aufgaben sind oftmals eng verknüpft mit weiteren Bereichen, denen sich ein Behindertenbeauftragter widmen sollte – beispielsweise der Stadt-, Verkehrs- und Bauplanung oder auch der Sozial- und Gesundheitsplanung.

⁹¹ BMWi (Hg.) (2008), S. 102.

Funktion und Aufgaben eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus

Ansprechpartner für Leistungsträger, Tourismusmarketingorganisationen, Einrichtungen und Betriebe etc.

- Kontaktherstellung zwischen Akteuren in der Region (Aktivierung & Verstetigung)
- Beratung zu Fördermittelanträgen und Förderanträgen; bei Auftragsvergabe etc.
- Vernetzung barrierefreier Angebote durch Informationssammlung und -austausch → themenspezifisches Marketing
- Aufbau einer Internetplattform mit Informationsmöglichkeiten für Endkunden und Dienstleister
- Durchführung von Sensibilisierungs- und Informationsveranstaltungen sowie Durchführung und Vermittlung von Weiterbildungsveranstaltungen (z.B. zu barrierefreien Planen und Bauen, rechtliche und ökonomische Grundlagen u.v.m.)
- Unterstützung bei Prüfungen, Zertifizierungsvorhaben etc.
- Erfahrungsaustausch mit anderen Reiseeregionen und stetige Weiterbildung
- Sicherstellung der Nachhaltigkeit des Vorhabens

Quelle: In Anlehnung an BMWi (Hg.) (2008), S. 109

Der/Die Beauftragte für barrierefreien Tourismus fungiert als Bindeglied zwischen den Menschen mit Handicap und den kommunalen Entscheidungsträgern (sowohl politisch als auch bezogen auf den Tourismus). Er/Sie hat die Aufgabe, eine stärkere Sensibilisierung für die spezifischen Belange der Menschen mit Einschränkungen in den Bereichen zu erzielen, die vom Tourismus tangiert werden. Das bedeutet insbesondere bauliche und verkehrliche Infrastruktur, Freizeitaktivitäten (Einrichtungen und Wander- und Radwege etc.), Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie etc. Ein weiteres Aufgabenfeld ist die aktive Kontaktaufnahme zu oder Beratung von Unternehmern und Vertretern von Organisationen, die am Tourismus beteiligt sind. Darüber hinaus fallen strategische Planungen und ggf. auch Marketingmaßnahmen in seinen Zuständigkeitsbereich.

Der/Die Beauftragte ist stets an der Planung von Vorhaben und Maßnahmen in der Kommune beteiligt, um die Belange der Menschen mit Behinderung zu vertreten und so bei der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention zu unterstützen. Denkbar ist jedoch auch die Stellenschaffung für einen kommunalen Beauftragten für Menschen mit Behinderung. Es kann nämlich

nicht der richtige Weg sein, diese Aufgabe einem Mitarbeiter als zusätzliche Aufgabe zuzuweisen, denn dabei würde das Engagement „verkümmern“. Nein, dies muss eine eigene Stelle in Voll- oder auch Teilzeit wert sein!

Auf kommunaler oder städtischer Ebene sind zumeist Beauftragte für die Belange der Menschen mit Behinderung tätig, die sich nicht allein dem Tourismus widmen, sondern deren Aufgaben alle Lebensbereiche (Arbeit, Wohnen etc.) umfassen. Beispielsweise ist in Magdeburg ein Beauftragter für Barrierefreiheit beschäftigt, der die Stadtverwaltung in allen diesbezüglichen Fragen unterstützt und auch Ansprechpartner für Menschen mit Handicap, deren Angehörige sowie Verbände, Vereine und Selbsthilfegruppen ist.⁹² Für

⁹² Vgl. Landeshauptstadt Magdeburg (Hg.) (2013), www.magdeburg.de.

Thüringen wird eine Übersicht über die kommunalen Behindertenbeauftragten der Landkreise bzw. kreisfreien Städte bereitgehalten, in der sämtliche Ansprechpartner namentlich und mit Kontaktdaten genannt sind.⁹³ Eine Ausnahme stellt z.B. VisitBerlin (Berlin Tourismus & Kongress GmbH) dar, die selbst einen Beauftragten für Barrierefreiheit beschäftigt (diesen jedoch auf der Unternehmenswebsite nicht näher vorstellen).⁹⁴

Ein Vorzeigebispiel auf unternehmerischer Ebene ist die skandinavische Hotelkette Scandic, die beispielsweise einen eigens für die Belange behinderter Menschen verantwortlichen Mitarbeiter beschäftigt. Dieser wird persönlich einschließlich seines Aufgabefeldes auf der Website und in einer Broschüre vorgestellt; ein vorbildliches Engagement, das sich auch eine Kommune zu Eigen machen könnte.

Abb. 19: Beauftragter für Barrierefreiheit bei der Hotelkette Scandic Hotels

MIT STOLZ STELLEN WIR IHNEN UNSEREN BOTSCHAFTER FÜR MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN VOR!

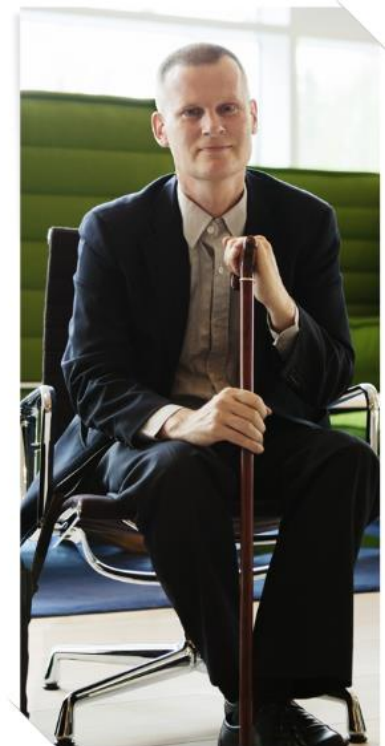
Wann haben Sie als Botschafter für Menschen mit Beeinträchtigungen bei Scandic begonnen?

Im Herbst 2003 betrat ich das Büro mit meinem Reha-Hund Ada. Das Ziel war, mehr Gäste für Scandic zu gewinnen und dem Geld aller den gleichen Wert beizumessen.

Was war die erste Maßnahme, die im Rahmen der Arbeit für eine verbesserte Barrierefreiheit durchgeführt wurde?

Wir begannen damit, drei Rollstühle für unsere Zentrale zu mieten. Dann ließen wir alle Mitarbeiter,

gut 150 Personen, jeweils zwei Stunden im Rollstuhl verbringen, um das Dasein aus dieser Perspektive zu erleben. Wir lieben die Rollstühle drei Monate lang im Büro herumwandern. An den Rollstuhl gebunden zu sein ist nur eine von vielen Einschränkungen, es ist aber eine sehr gute Art, die Mitarbeiter dazu zu bringen, über das Thema zu diskutieren. Einige der aufgetauchten Fragen waren: Wie soll ich bitteschön die Tür zum barrierefreien WC schließen? (Es gab keine Reling an der Innenseite der Tür.) Muss der Spiegel so weit oben sein? Wie komme ich zu einer Kaffeetasche am Frühstücksbuffet? Jemand begann sich darüber Gedanken zu machen, wie ihre Mutter, die schlecht hört, während eines Hotelaufenthalts aufwachen und den Feueralarm hören könnte.



„Meine Hoffnung ist, dass sich bei Scandic alle Gäste wohlfühlen, egal ob sie eine Einschränkung haben oder nicht.“ Magnus Berglund, Botschafter für Menschen mit Beeinträchtigungen

5

Quelle: Scandic Hotels AB (Hg.) (2014), www.scandichotels.de

⁹³ Vgl. Freistaat Thüringen (Hg.) (2007), www.thueringen.de.

⁹⁴ Vgl. DZT (Hg.) (2015), www.germany.travel.de.

3. Ermittlung und Ansprache der relevanten Entscheidungsträger in der Kommune und im Land

Grundsätzlich ist zwischen Entscheidungsträgern auf Bundesebene und denen auf Landes- bzw. kommunaler Ebene zu unterscheiden. Während die Entscheidungsträger auf Bundesebene die Rahmenbedingungen für derartige Projekte festsetzen, obliegt es den Entscheidungsträgern auf kommunaler Ebene, die nötigen Anreize zu schaffen und Maßnahmen zu ergreifen, um einen Urlaub ohne Hindernisse für alle Menschen zu gewährleisten.

- Entscheidungsträger auf Bundesebene

Seitens des Bundes wurde die gleichberechtigte Teilhabe aller Menschen – wie in Kap. 2.1 aufgeführt – im Zuge der Behindertenpolitik bereits als Grundanforderung in vielen Bereichen des alltäglichen Lebens verankert. Die UN-Behindertenrechtskonvention allein bezieht sich in ihren Ausführungen auf beinahe 40 verschiedene Inhalte, wie z.B. Persönliche Mobilität, Arbeit und Beschäftigung, Teilhabe am politischen und öffentlichen, aber auch kulturellen Leben. Ein weiteres Beispiel neben der Verankerung in den Bauvorschriften ist die Ausgestaltung von Ausschreibungen für Fördermittelanträge. Zum Teil sind nur Projekte förderfähig, die die Rahmenbedingungen der Barrierefreiheit erfüllen bzw. den Inklusionsgedanken berücksichtigen.

- Entscheidungsträger auf kommunaler Ebene

Für die Entscheidungsträger in den Kommunen stellen die Rahmenbedingungen zwar einerseits Herausforderungen dar, andererseits dienen diese aber auch als Argumentationsgrundlage gegenüber weiteren Akteuren (siehe dazu auch Kap. 7.3). Durch geltende Gesetze und Richtlinien sind der barrierefreie Ausbau von Einrichtungen und die Anpassung von Dienstleistungen vorzunehmen und möglichst zeitnah umzusetzen. Beispielsweise könnte neben der Finanzierung oder Förderung entsprechender Projekte, das Thema Barrierefreiheit (ähnlich der Vorgaben auf Bundesebene) als Förderkriterium bzw. Kriterium bei öffentlichen Ausschreibungen integriert werden.

Der Prozess der barrierefreien Ausgestaltung sollte durch Entscheidungsträger auf politischer und betrieblicher Ebene unterstützt werden. Für die Umsetzung in einer Kommune ist die Unterstützung durch bedeutende städtische Akteure (wie z.B. Bürgermeister/-in) eine Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Projekt.

Siehe zu diesem Punkt auch Kap. 7.3.

4. Auftaktgespräch zur Zielfestlegung und Benennung der Projektzielgruppen

Zu Beginn des Projektes sollte eine Auftaktveranstaltung stattfinden, in der sich die wesentlichen Entscheidungsträger kennenlernen und Ziele formuliert werden. Hierbei empfiehlt sich die SMART-Formel:

- S – Spezifisch
- M – Messbar
- A – Angemessen/Erreichbar
- R – Realistisch
- T – Terminiert

Teilnehmer sollten sein:

- Landrat
- Bürgermeister der beteiligten Städte
- Beauftragter für barrierefreien Tourismus
- Vertreter der regionalen Tourismusorganisation
- Unterstützer auf Landesebene wie beispielsweise das Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit in Sachsen-Anhalt oder das Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus.

Deklaration von Barcelona

„Anlässlich des Europäischen Kongresses ‚Die Stadt und die Behinderten‘ am 23. und 24. März 1995 in Barcelona, Spanien, haben sich europäische Städte in einer gemeinsamen Erklärung verpflichtet, sich auf kommunale Ebene besonders um die Belange von Menschen mit Behinderungen zu bemühen.“

Quelle: Deutscher Bildungsserver (Hg.) (2013), www.bildungsserver.de

Die Vereinbarungen können folgender Quelle entnommen werden: Stadt Solingen (Hg.) Behindertenbeirat Solingen, www2.solingen.de

Bei diesem Gespräch sind auch die Projektzielgruppen zu benennen. Nicht jedes Reiseziel bietet für die individuellen Bedürfnisse (insbesondere der Menschen mit Handicap) die optimalen Voraussetzungen für die baulichen Anpassungen, um allen Formen von Einschränkungen gerecht zu werden. Auch wenn im Hinblick auf die UN-Behindertenrechtskonvention eine gleichberechtigte Teilhabe für alle Menschen anzustreben ist, sollte jede Form von Bemühungen, die sich der Reduzierung von Barrieren widmen, positiv gewürdigt werden. In manchen Fällen kann eine Destination aufgrund fehlender finanzieller Mittel oder topografischer Gegebenheiten nicht zeitgleich für alle Formen der Behinderungen barrierefrei werden. Wie aufgeführt, ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Personen, die auf Barrierefreiheit angewiesen sind und diejenigen, die von der barrierefreien Gestaltung einer Destination profitieren und diese als komfortabel empfinden – siehe hierzu Abb. 6, S. 17. Notwendig ist ein *Tourismus für Alle* besonders für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, blinde oder sehingeschränkte Menschen, gehörlose oder höreingeschränkte Menschen sowie Menschen mit geistiger oder Lernbehinderung.

Somit sind zu Beginn eines Projekts die Zielgruppen und die Anspruchsgruppen zu definieren, an die sich das Angebot vorzugsweise richten soll. Vielerorts ist die barrierefreie Angebotsgestaltung noch auf Menschen im Rollstuhl und Gehbehinderte beschränkt. Dies ist soweit vertretbar, sofern es auch in dieser Form kommuniziert wird.

Auch wenn das touristische Angebot in der Anfangsphase auf dem Weg zu einer barrierefreien Kommune gezielt auf einzelne Zielgruppen zugeschnitten ist, sollten bei Neu- und Umbauten oder auch Neuauflagen von Online- und Printprodukten alle Formen von Einschränkungen Berücksichtigung finden. Denn anzustreben ist als Idealziel die vollständige Barrierefreiheit für alle Anspruchsgruppen.

5. Unterzeichnung einer symbolischen Absichtserklärung zur Unterstützung des Vorhabens

Bei dem Auftaktgespräch sollte eine symbolische Absichtserklärung (Letter of Intent) zur Unterstützung des Projektes von den Anwesenden unterzeichnet werden, um der Angelegenheit Nachdruck zu verleihen. Unterstützung und Legitimation kann das Vorhaben z.B. auch durch einen Gemeinderatbeschluss erhalten. Weiterhin ist seitens der Kommune auch der Beitritt zur „Deklaration von Barcelona“ überlegenswert. Die Deklaration kann Auslöser für weitere Initiativen in der Kommune sein und die strategische Ausrichtung des Projektes festigen. „Um auch den nächsten notwendigen Schritt in Richtung konkreter Umsetzung und Vermarktung zu gehen, wurde in der Weiterführung der Ziele der Deklaration von Barcelona das Projekt der „Flagge der Städte und Gemeinden für Alle“ ins Leben gerufen (...). Mit Verleihung der Flagge durch die Design for All Foundation (mit Sitz in Barcelona) wird europaweit das Engagement derjenigen Städte und Gemeinden gewürdigt, die sich der Umsetzung des Konzepts *Design für Alle* verpflichtet haben“⁹⁵.

⁹⁵ BMWi (Hg.) (2008), S. 101.

7.3 Einbeziehung relevanter Akteure und nachhaltige Netzwerkarbeit

Die Grundlage eines erfolgreichen Projektverlaufs ist die frühzeitige Einbeziehung relevanter Akteure – vorausgesetzt, dass diese für das Vorhaben begeistert werden können. Überzeugungsarbeit ist gefragt, denn mit Druck ist grundsätzlich wenig zu erreichen.

Bei den einzubeziehenden Akteuren handelt es sich aufgrund der Interdisziplinarität der zu erfüllenden Aufgaben um einen sehr heterogenen Personenkreis. Einhergehend mit der Implementierung eines barrierefreien Angebotes sind sowohl bauliche Änderungen als auch Anpassungen im Bereich Service und Kommunikation vorzunehmen. Somit sind Behindertenverbände, Vertreter örtlicher bzw. regionaler Politik, Architekten, Stadtplaner, Tourismusvertreter, touristische Leistungsträger sowie Vertreter weiterer Expertengremien anzusprechen. Darüber hinaus haben mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Menschen Fachwissen aus der Praxis, über das andere Stakeholder vielleicht nicht verfügen und sind daher eine Bereicherung für die Arbeitsgemeinschaft.⁹⁶ Des Weiteren sollte angestrebt werden, dass sich Politiker und Verwaltungsmitarbeiter regelmäßig in den Entwicklungsprozess einbringen.

Checkliste Phase 3



1. Aufbereitung einer Adressliste relevanter Unternehmer und Vertreter von Organisationen, die am Tourismus partizipieren
2. Planung und Durchführung einer Informationsveranstaltung
3. Bildung einer Arbeitsgemeinschaft interessierter Akteure
4. Sicherstellung der Nachhaltigkeit der Arbeitsgruppentreffen
5. Informationsbereitstellung und Sensibilisierung der Bevölkerung durch Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

1. Aufbereitung einer Adressliste relevanter Unternehmer und Vertreter von Organisationen, die am Tourismus partizipieren

Um das Ziel einer geschlossenen Servicekette zu erreichen, müssen touristische Leistungs- und Entscheidungsträger sowie Experten zum Thema Barrierefreiheit (siehe Tabelle) in das Vorhaben einbezogen werden. Entscheidend ist das „Zusammenwirken von öffentlicher Hand, privaten Unternehmen, Betroffenenverbänden und Tourismuswirtschaft. Alle gemeinsam sind in die Pflicht genommen, Bandbreite und Qualität der touristischen Angebote für Menschen mit eingeschränkter Mobilität Schritt für Schritt zu verbessern.“⁹⁷ Die beteiligten Leistungsträger sollten sich dabei nicht als Konkurrenten, sondern vielmehr als Mitstreiter betrachten.

In der nachstehenden Tabelle sind die wichtigsten Schlüsselakteure aufgeführt. Diese Liste ist als Anregung gedacht und kann je nach touristischen Themenschwerpunkt (z.B. Kultur-, Natur- oder Wellnessurlaub) oder auch von Kommune zu Kommune abweichend berücksichtigt werden.

⁹⁶ Vgl. Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2013), www.eukoba.com.

⁹⁷ Vorwort LSA Studie (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt u. Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) (2002), S. 7)

Abb. 20: Auflistung relevanter Akteure für die Umsetzung eines Tourismus für Alle

Schlüsselakteure	
Auf kommunaler Ebene	Landrat
	(Ober-)Bürgermeister
	Vertreter der Bauämter, Stadtplanung/-sanierung und Kommunalentwicklung
	Vertreter des Amtes Kultur
	Vertreter der Tourismusorganisationen der Stadt und Region
	Vertreter aus Tourismusmarketing bzw. Vertreter Öffentlichkeitsarbeit
	Vertreter von regionalen Betroffenenverbänden (z.B. Kreisbehindertenverband, Lebenshilfe, Kreissenorenrat)
	Vertreter eines regionalen Verbandes für Hotellerie und Gastronomie (z.B. Kreisverband DEHOGA) oder auch einzelne Betreiber
	Vertreter des Bereichs Verkehr (z.B. regionale Verkehrsgesellschaften (ÖPNV), Fern- und Reisebusunternehmen, Deutsche Bahn, Taxiunternehmen, ggf. auch Flughafenbetreiber)
	Vertreter regionaler Gewerbevereine (insbesondere Einzelhandel) oder auch einzelne Gewerbetreibende und Vertreter aus Handel
Vertreter von Freizeit- und Kultureinrichtungen	
Auf überregionaler bzw. Landesebene	Vertreter überregionaler Betroffenenverbände (z.B. Interessenvertretung Selbstbestimmt Leben in Sachsen-Anhalt e.V.; Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit in Sachsen-Anhalt; Blinden- und Sehbehindertenverband Sachsen-Anhalt e.V.; Gehörlosengemeinschaft Sachsen-Anhalt e.V.; Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V.)
	Vertreter des Ministeriums für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt sowie Vertreter des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt
	Vertreter der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt
	Vertreter überregionaler Verkehrsgesellschaften (z.B. Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt)
	Vertreter von Referenzprojekten zum Thema <i>Tourismus für Alle</i>

Quelle: Eigene Darstellung

Die Behindertenverbände sind nicht nur bei Fragen zum barrierefreien Tourismus einzubeziehen, sondern auch bei sämtlichen Fragen die Stadtentwicklung betreffend. Durch eine frühzeitige Einbeziehung kann sichergestellt werden, dass die Belange der Menschen mit Handicap bei Umsetzungsplänen Berücksichtigung finden.

2. Planung und Durchführung einer Informationsveranstaltung

Als Grundlage zur Bildung einer Arbeitsgemeinschaft dient ein erster Informationsworkshop, der die oben aufgeführten Akteure zum Thema Barrierefreiheit und zum Vorhaben unterweist und dessen Notwendigkeit hervorhebt. So können die wichtigsten Akteure angesprochen, zusammengebracht und zur Teilnahme am Projekt motiviert werden.

Bei diesem Workshop sollte zu Beginn eine Art Impulsreferat stehen, um einen einheitlichen Wissensstand zum *Tourismus für Alle* herzustellen. Denn oftmals ist nur der Mangel an Verständnis bzw. Bewusstsein für die Bedürfnisse und Nöte der Zielgruppen, die auf barrierefreie Reisen angewiesen sind, ein wesentlicher Hinderungsgrund, sich dem Thema stärker zu widmen. Beispielsweise kann der Erlebnisbericht eines betroffenen Menschen zum Abbau von Hemmungen führen und über die individuellen Bedürfnisse informieren. Die Informationsveranstaltung sollte dabei einen partizipativen Charakter aufweisen. Das heißt, die Teilnehmer werden aktiv aufgefordert, ihre Erfahrungen und Hinweise zu Verbesserungen und zur Entwicklung der Destination (der Kommune) der Gruppe mitzuteilen.

Das heißt, die Teilnehmer werden aktiv aufgefordert, ihre Erfahrungen und Hinweise zu Verbesserungen und zur Entwicklung der Destination (der Kommune) der Gruppe mitzuteilen.

Idealerweise sollte die Veranstaltung an einem möglichst zentralen Ort in der Kommune und vorzugsweise an den Tagesrandzeiten stattfinden, um auch Ehrenamtlichen die Teilnahme zu ermöglichen. Zum Teil kann es bei der ersten Sitzung schwierig sein, alle relevanten Akteure zur Teilnahme zu bewegen. Wichtig dabei ist nicht die Anzahl der Teilnehmer, sondern dass Vertreter verschiedener Schlüsselpositionen anwesend sind.⁹⁸ Bei dieser ersten Informationsveranstaltung sollte der Teilnehmerkreis 25 Personen nicht übersteigen.

Hinweise zu den Vorbereitungen von Workshops

- **Frühzeitige Terminbekanntgabe** (beispielsweise durch rechtszeitiges Save-the-Date), insbesondere, wenn Vertreter auf Landesebene eingebunden werden
- **Durchführung am späten Nachmittag/Abend**, da Vertreter von Verbänden zum Teil ehrenamtlich tätig und selbst berufstätig sind
- **Individuelle Anschreiben** für die Vertreter verschiedener Branchen, um deutlich zu machen, warum deren Teilnahme am Workshop essentiell ist und wie diese zum Projekterfolg beitragen können
- **Telefonische Nachfrage**, sofern keine Rückmeldung auf Einladungsschreiben erfolgt ist → Klärung offener Fragen

⁹⁸ U.a. Europäische Kommission (Hg.) (2013), www.ec.europa.eu, S. 12f.

Abb. 21: Muster für Einladung zum ersten Informations-Workshop

Einladung zur Informationsveranstaltung „(Titel)“ am (Datum)

Sehr geehrte(r) Frau/Herr (Name Akteur(in))!

Das Thema Tourismus für Alle - barrierefreies Reisen - hat seit einiger Zeit politisches Gewicht bekommen und ist zu einem zentralen Thema in der touristischen Produktgestaltung geworden. In Sachsen-Anhalt werden die Bemühungen weiter verstärkt.

Was unter Barrierefreiheit zu verstehen ist, wurde inzwischen hinlänglich definiert. Defizite gibt es oftmals noch in der Frage der Umsetzung.

- Welche Aufgaben sind zu erledigen, damit unser Ort/unsere Kommune möglichst barrierefrei erlebt werden kann?
- Welches sind die wichtigsten Touristenpfade, die barrierefrei gestaltet werden müssen? Welche Organisationen und Personen müssen regional und überregional beteiligt sein, damit barrierefreie Zugänge zu den Sehenswürdigkeiten, Restaurants und Hotels etc. geschaffen werden können?
- Sind die Orte innerhalb der Kommune miteinander vernetzt?

Als wichtiger Akteur in der Region bzw. in Bezug auf diese Themenstellung bitten wir Sie herzlich, Ihre Erfahrungen und Ansichten in einem Workshop einzubringen, um dem Projekt mit den richtigen Schwerpunktsetzungen zum Erfolg zu verhelfen.

Der erste von voraussichtlich zwei **Workshops „(Name)“** findet am **(Datum)**; **(Uhrzeit)** in **(Ort)** statt, wird ca. **x** Stunden dauern und bietet Ihnen die Möglichkeit, sich aktiv in die touristische Entwicklung in der Kommune einzubringen.

Bitte teilen Sie uns bis zum (Datum) an (E-Mail, Fax oder Telefonnummer) mit, ob wir mit Ihrer Teilnahme rechnen können.

Geplante Inhalte des Workshops sind ein kurzes Impulsreferat zum Thema Barrierefreies Reisen, in dem die Bedürfnisse und Anforderungen der Zielgruppen im Vordergrund stehen und einige vorzeigbare Beispiele kurz vor- und zur Diskussion gestellt werden. Gemeinsam wird ein idealtypischer Gäste-/Kundenpfad festgelegt und in einer kurzen Vor-Ort-Begehung sollen erste Herausforderungen/Problemstellen auf diesem Gästepfad identifiziert werden.

Wir würden uns freuen, wenn wir auf Ihre Erfahrungen zählen könnten.

Herzlichen Dank und mit freundlichen Grüßen

(Ihr Name)

Quelle: Eigene Darstellung

Inhalte der ersten Informationsveranstaltung

- Begrüßung
- Vorstellung der Teilnehmer hinsichtlich ihrer Berührungspunkte mit dem Thema barrierefreier Tourismus für Alle
- Impulsreferat z.B. „Barrierefreiheit – Basisanforderung beim Reisen und Qualitätsmerkmal“ der Hochschule Harz
 - Warum barrierefreier Tourismus?
 - Wer ist auf barrierefreie Angebote angewiesen/profitiert davon?
 - Merkmale und Bedürfnisse dieser Zielgruppe(n) einschließlich Reiseverhalten
 - Vorzeigbare Beispiele
 - Touristische Servicekette
- Fragerunde
- Erarbeitung einer idealtypischen Servicekette für einen Besuch (für Tages- und Übernachtungstourismus)
- Am Ende: Vor-Ort-Begehung mit einem ausgewählten Personenkreis für eine erste Begutachtung der Ist-Situation

Die Informationsveranstaltung hat eine besondere Funktion inne. Die Organisatoren (z.B. der Beauftragte für barrierefreien Tourismus) sollten Vertreter der in Abb. 20 aufgeführten Branchen und Sektoren zum Mitmachen ermutigen, indem sie auf den Nutzen einer Teilnahme für den Einzelnen als auch für die jeweilige Organisation hinweisen.⁹⁹

Die Veranstaltung muss so aufbereitet und inhaltlich gefüllt sein, dass die geladenen Akteure eine Vorstellung über mögliche neue Geschäftsfelder oder auch die Notwendigkeit und die gesellschaftliche Verantwortung (sozialpolitische Dimension) eines barrierefreien Tourismus erhalten. Durch die Darlegung wirtschaftlicher Potenziale sowie durch Erfahrungsberichte positiver Beispiele kann das Interesse zur Beteiligung gesteigert werden.

Die Ergebnisse sind in einem Protokoll festzuhalten, das anschließend an alle Teilnehmer versendet wird. Anhaltspunkte für eine mögliche Gliederung sind:

- Auflistung der Eckdaten wie Beginn und Ende der Veranstaltung, Veranstaltungsort und Zeit, Thema sowie Verantwortlicher Leiter der Informationsveranstaltung
- Hintergrund der Veranstaltung – Anlass zur Zusammenkunft
- Tagesordnung
- Teilnehmer einschließlich Name, Position/Unternehmen und Kontaktadresse
- Zusammenfassung wesentlicher Ergebnisse
- Weitere Vorgehensweise und Termin für nächstes Treffen

⁹⁹ Vgl. Europäische Kommission (Hg.) (2013), www.ec.europa.de.

3. Bildung einer Arbeitsgemeinschaft interessierter Akteure und 4. Sicherstellung der Nachhaltigkeit der Arbeitsgruppentreffen

Um das Voranschreiten des Vorhabens sicherzustellen, ist eine Arbeitsgemeinschaft zu benennen, die sich bei regelmäßigen Sitzungen über das Erreichte, den Status-Quo und die Zielsetzung bis zur nächsten anberaumten Sitzung austauscht. Die Nachhaltigkeit und Regelmäßigkeit der Sitzung ist für den Projektfortschritt entscheidend. Wie im Rahmen der BMWi-Studie (2008) identifiziert wurde, bieten sich erfahrungsgemäß zwei bis vier Netzwerktreffen pro Jahr an, die bei Bedarf durch projektbezogene Zusammenkünfte erweitert werden können.¹⁰⁰

Koordination und Kontinuität

„Barrierefreier Tourismus lässt sich kaum von heute auf morgen herstellen; vielmehr handelt es sich um einen fortlaufenden Prozess, bei dem verschiedene Partner Hand in Hand arbeiten müssen. Hier hat sich das Instrument der Private-Public-Partnership vielfach bewährt. Um die konzentrierte Zusammenarbeit über einen längeren Zeitraum zu garantieren, sollte ein fester Koordinator oder „Kümmerer“ implementiert werden.“

Quelle: Neumannconsult (Hg.) (2014),
www.bagso.de

Keine zu hohe Messlatte!

„Bei dem Abbau von Barrieren im Urlaub sollte auch darauf geachtet werden, keine neuen Barrieren aufzubauen. Gerade am Anfang des Entwicklungsprozesses ist es von zentraler Bedeutung, die touristischen Anbieter von der Idee zu überzeugen und nicht gleich durch eine zu hohe Messlatte für die barrierefreie Gestaltung davon abzuschrecken.“

(Zitat Ernst Bimmeyer, Beratungsstelle Mittel-fränkisches Seengebiet)

Quelle: ADAC (Hg.) (2003), S. 66

Die Arbeitsgemeinschaft setzt sich aus Vertretern relevanter Branchen (wie in Abb. 20) aufgeführt zusammen, die ein Interesse daran haben, die Rahmenbedingungen in der Kommune so anzupassen, dass diese allen Menschen ein gleichberechtigtes und selbstbestimmtes Leben und allen Besuchern einen *Urlaub ohne Hindernisse* ermöglicht. Städtische Vertreter der Kommunen (zumindest Bau und Kultur), ein regionaler Behindertenverband und Vertreter der Tou-

rismusbehörde gehören dabei zum Kern und sollten unbedingt von der Teilnahme überzeugt werden. Idealerweise umfasst die Gruppe ein breites Spektrum der wichtigsten Akteure, ist aber klein genug, um eine schnelle Entscheidungsfindung zu ermöglichen. Die Arbeitsgruppenmitglieder sollten motiviert sein und sich der Sache verpflichtet fühlen.¹⁰¹ Auch an dieser Stelle ist die Unterzeichnung eines Letter of Intents denkbar, in dem die Ziele der Arbeitsgruppe festgehalten werden. Wie in einem ordentlichen Projektmanagement üblich, sollte sich am Ende einer jeden Sitzung die Arbeitsgruppe darauf verständigt haben, wie das weitere Vorgehen ist und welche Aufgaben die einzelnen Teilnehmer bis zu welchem Zeitpunkt erfüllt haben sollten. Es sind somit in der Gruppe fixe Verantwortlichkeiten zu benennen und diese in einem Protokoll festzuhalten. Im Fokus steht vorerst

¹⁰⁰ Vgl. BMWi (Hg.) (2008), S. 111.

¹⁰¹ Vgl. Europäische Kommission (Hg.) (2013), www.ec.europa.eu, S. 12f.

ein Aktionsplan, der die unmittelbaren Prioritäten festhält und später um strategische Entscheidungen erweitert werden kann. In dem Plan sollten folgende Antworten enthalten sein: Wer macht was bis wann mit wem/für wen? Dieses Vorgehen stärkt die Eigenverantwortung und auch das Engagement der Mitglieder, vorausgesetzt, dass der ausgeübte Druck auf die Arbeitsgruppenmitglieder nicht die Motivation im Keim erstickt. Hier ist Achtung geboten!

Wenn in ihrer Kommune bereits eine Arbeitsgruppe zu einem ähnlichen oder verwandten Thema tagt, sollten Sie diese für ihr Vorhaben gewinnen.

5. Informationsbereitstellung und Sensibilisierung der Bevölkerung durch Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

Neben den projektrelevanten Akteuren sollte auch die örtliche Bevölkerung frühzeitig in das Projekt eingebunden werden. Laut einer EU-Expertengruppe nehmen die Kommune und die Behörden eine wichtige Rolle dabei ein, das Bewusstsein und das Verhalten der Bevölkerung und der Akteure zu ändern. Dies ist wichtig, weil der Mangel an Bewusstsein für die Anforderungen der Menschen mit Handicap seitens der Verantwortlichen ein Haupthindernis für die Zugänglichkeit in der baulichen Infrastruktur darstellt. Denn das Verhalten der Bevölkerung hat Einfluss auf die Gästezufriedenheit! Aber wie? Die Einheimischen tragen mit ihrer Gastfreundschaft zur Atmosphäre und zum Eindruck des Reiseziels bei, z.B. helfen sie Ratsuchenden bei spontanen Begegnungen durch Wegbeschreibungen oder geben Restauranttipps.

Die Einbindung kann auf unterschiedliche Weise erfolgen: Einerseits könnte eine projektbegleitende Pressearbeit dafür sorgen, dass die Bevölkerung über die Entwicklungen und die Arbeit der Arbeitsgemeinschaft informiert wird. Begleitet sein sollte dies durch Berichterstattung über die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung und die Veröffentlichung persönlicher Erfahrungsberichte, um die Menschen auf die Schwierigkeiten, die sich im Alltag für Menschen mit Handicap ergeben, aufmerksam zu machen. Durch diese Maßnahmen könnte die Bevölkerung sensibilisiert werden; oftmals sind Menschen nur unsicher, wie sie mit Menschen mit Behinderung umgehen sollen und wann von deren Seite womöglich Hilfe gewünscht ist. Andererseits könnte man auch aktiv auf die Bevölkerung zugehen und kostenfreie Sensibilisierungsveranstaltungen anbieten. Geeignet ist dafür zum Beispiel der *Internationale Tag der Menschen mit Behinderung*, der jedes Jahr am 3. Dezember begangen wird. Dieser Tag wurde 1992 durch die Vereinten Nationen ausgerufen und wird seitdem weltweit für Aktionen genutzt, um die volle Teilhabe und Gleichstellung behinderter Menschen zu erreichen.¹⁰²

Denkbar ist darüber hinaus die Kommunikation der Geschehnisse über eine Website, die auch als Blog gestaltet sein könnte. Die Verantwortlichkeit für die Inhalte sollte bei dem ernannten Beauftragten für Barrierefreiheit liegen.

¹⁰² Vgl. AOK (Hg.) (2015), www.aok-bv.de.

7.4 Erarbeitung idealtypischer Gästepfade

Bei diesem Umsetzungsschritt handelt es sich um einen optionalen Baustein, abhängig davon, inwieweit die Bemühungen zum barrierefreien Tourismus in einer Destination bereits vorangeschritten sind. Für Kommunen, die sich dem Thema auf Grundlage des Leitfadens erstmalig im Detail nähern wollen, wird dieser Baustein explizit empfohlen. Auf Dauer ist die barrierefreie Ausgestaltung nur eines Gästepfades nicht ausreichend. „Trotz der Anforderungen an ein *Design für Alle* muss beachtet werden, dass die meisten Gäste aufgrund ihrer individuellen Bedürfnisse Wahlmöglichkeiten hinsichtlich touristischer Produkte und Dienstleistungen haben wollen.“¹⁰³ Die Menschen mit Handicap wollen kein spezielles Angebot, sondern ein attraktives und individuell nutzbares Angebot in der Region.

Was ist ein Gästepfad?

Als Gästepfad werden alle Stationen der vom Gast in Anspruch genommenen Dienstleistungen verstanden. Diese basieren auf der touristischen Servicekette (siehe dazu Kap. 5).

(Quelle: Kulturmarketing (2008) von Geyer, Manschwetus, Beitrag von Axel Dreyer S. 181)

Zum Verständnis: Das touristische Angebot einer Region setzt sich aus unterschiedlichen Teilleistungen (z.B. Beherbergung & Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Fortbewegung am Urlaubsort) zusammen. Diese sind grundsätzlich für alle Reisende identisch; man spricht auch von der touristischen Servicekette. Die Erarbeitung eines idealtypischen Gästepfades bedeutet somit, dass ein „klassischer“ Besucher

und sein Verhalten bzw. seine Aktivitäten in der Region als idealtypisches Beispiel herangezogen werden. In der Regel sind die Gästepfade von Besucher zu Besucher unterschiedlich. Menschen bewegen sich individuell im Raum, sofern es ihnen möglich ist. Beim barrierefreien Tourismus kann die Festlegung eines „idealtypischen“ Gästepfades, der als Empfehlung an den Gast kommuniziert wird, jedoch sicherstellen, dass auch wirklich geschlossene Informations- und Mobilitätsketten für Besucher vorherrschen. Denn die Servicekette darf gerade im Hinblick auf Barrierefreiheit nicht unterbrochen werden!

„In Bezug auf einen gästefreundlichen, behindertengerechten Tourismus bedeutet dies nicht nur die Beseitigung von einzelnen Barrieren, sondern die Zusammenführung von Teilbereichen in eine Gesamtkonzeption. Eine so verstandene Gesamtkonzeption muss auf den Bedürfnissen behinderter Menschen aufbauen und sowohl die Reisevorbereitung, den Reiseverlauf als auch den Touristikaufenthalt umfassen.“¹⁰⁴

¹⁰³ BMWi (Hg.) (2008), S. 118.

¹⁰⁴ Bundesministerium für soziale Sicherheit (Hg.) (2003), S. 47.

Geschlossene Mobilitätskette

Man spricht von einer geschlossenen Mobilitätskette, wenn die einzelnen „Mobilitätsglieder“ einer Reise – sowohl An- und Abreise als auch die Fortbewegung am Urlaubsort – soweit wie möglich barrierefrei gestaltet sind und den Anforderungen der Betroffenen entsprechen. Dabei ist nicht nur die Gestaltung der betreffenden Verkehrsmittel relevant, sondern auch die Zugänglichkeit der zugehörigen Stationen für Ein- und Ausstieg.

(In Anlehnung an Studie des BMSG (Hg.) (2003), S. 47)

Geschlossene Informationskette

Insbesondere Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen sind auf die Qualität der zur Verfügung gestellten Informationen angewiesen. Eine geschlossene Informationskette gilt als erfüllt, wenn den betroffenen Zielgruppen Informationen in geeigneter Form in den vier Phasen einer Reise vorliegen – vor der Reise, während der Anreise, während des Aufenthaltes und bei der Abreise. Dies umfasst sowohl Informationen zur Orientierung (z.B. optisch, akustisch, taktil) am Urlaubsort und Informationen über Beratungs- und Serviceeinrichtungen.

Eine geschlossene Informationskette ist besonders essentiell, sollte ein Reiseziel noch nicht vollständig barrierefrei gestaltet sein. In diesem Fall müssen für Besucher mit Einschränkungen Informationen über die Möglichkeiten und Herausforderungen bereitgehalten werden.

(In Anlehnung an Studie des BMSG (Hg.) (2003), S. 43, 48)

Dabei sind die Pfade hinsichtlich eines **Tages- und Übernachtungstourismus** zu unterscheiden:

- Tagestourismus: Besuch der Region nur für einen Tag ohne Übernachtung vor Ort
- Übernachtungstourismus: Besuch der Region für mehrere Tage; mindestens mit einer Übernachtung vor Ort

Bei der Erarbeitung eines idealtypischen Gästepfades für einen Tages- oder auch Übernachtungstourismus ist zu berücksichtigen, dass Menschen mit Handicap aufgrund ihrer speziellen Bedürfnisse spezifische Anforderungen an die einzelnen Elemente dieser Servicekette stellen. Hierzu zählen beispielsweise stufenlose Wege und Zugänge, Stadtführungen mit einem Gebärdendolmetscher, barrierefreie Internetseiten bspw. mit Audiolösungen für Blinde.

Checkliste Phase 4



1. Identifizierung eines geeigneten Themas/eines typischen Reiseverlaufs, an dem sich der Gästepfad ausrichtet
2. Zuordnung relevanter Betriebe gemäß den Stationen der touristischen Servicekette (siehe hierzu Kap. 5)
3. Auswahl einzubeziehender Betriebe/Attraktionen bei Arbeitsgruppentreffen
4. Visualisierung der Stationen des Gästepfades in Stadtplan
5. Festlegung der „Verbindungswege“ (Wege zwischen den einzelnen Stationen der Servicekette) unter Berücksichtigung von Entfernung und Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel
6. Vorstellung der Ergebnisse

Daher gilt es, einen idealtypischen Gästepfad zu entwickeln, der ähnlich der Produktgestaltung im Rahmen einer Angebotspauschale, interessante und sich ergänzende Teilleistungen kombinieren soll. Hierbei bietet sich die Bündelung von Angeboten mit einem bestimmten thematischen Bezug an (z.B. Luther).

1. Identifizierung eines geeigneten Themas/eines typischen Reiseverlaufs

Die Festlegung eines idealtypischen Gästepfades kann sich an einem speziellen Thema ausrichten, muss es aber nicht. Das Thema kann sich dabei zum einen an den verschiedenen Reisearten/Reisemotiven orientieren, aber auch ein spezifisches Thema der Region aufgreifen.

Unterschiedliche Reisearten¹⁰⁵ sind beispielsweise:

- Ausruhurlaub
- Kulturreise, z.B. Bauhaus, Musik, Literatur
- Aktivurlaub, z.B. Wandern, Radfahren, Wasserwandern
- Shoppingtrip, Einkaufsreise
- Eventreise
- Gesundheit-, Fitness-, Wellnessreise
- Natururlaub
- Strand-, Bade-, Sonnen-Urlaub

¹⁰⁵ Nach F.U.R Reiseanalyse, www.fur.de

2. Zuordnung relevanter Betriebe gemäß den Stationen der touristischen Servicekette und 3. deren Auswahl

Bei diesem Umsetzungsschritt ist auf die Erfahrungen und Kenntnisse wichtiger Akteure an Schlüsselpositionen zurückzugreifen. Dazu zählen insbesondere Personen, die direkten Kundenkontakt und somit ein Gespür für die Wünsche und Motive der Besucher haben. Zu dieser Gruppe zählen beispielsweise Mitarbeiter von Tourist-Informationen, Souvenirgeschäften und Hotellerie/Gastronomie. Die Sammlung an geeignet erscheinenden Betrieben entlang der touristischen Servicekette kann durchaus in einem ungezwungen, bilateralen Gespräch erfolgen. Die finale Auswahl der Betriebe, die in den Gästepfad einbezogen und anschließend angesprochen werden sollen, sollte in einem Workshop der Arbeitsgemeinschaft getroffen werden. Ggf. kann dies auch beim ersten Workshop geschehen. Es ist zu überprüfen, ob eine ausreichende Anzahl und entsprechende Größe von Betrieben und Attraktionen entlang der Servicekette vorliegen. Dienlich dafür ist die Tabelle in Abb. 22.

In diesem Zusammenhang ist auch über die Anzahl möglicher Stationen zu entscheiden, die von einem Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkung bewältigt werden können. Aus den Erfahrungen der Workshops in den Modellorten kann weitergegeben werden, dass nicht mehr als 2-3 Sehenswürdigkeiten/Attraktionen für einen intensiven Besuch pro Tag eingeplant werden sollten. Dies hängt jedoch davon ab, wie viele Sehenswürdigkeiten intensiver besichtigt bzw. besucht werden (z.B. Museen) und welche Sehenswürdigkeiten im Vorübergehen betrachtet werden.

Die Festlegung der Stationen in der Servicekette, insbesondere der Sehenswürdigkeiten/Attraktionen, erfolgt dabei unter dem Gesichtspunkt eines attraktiven und abwechslungsreichen Urlaubsangebotes. Es hilft, sich bei der Festlegung der Gästepfade vom Gedanken an Barrierefreiheit vorerst zu lösen und Gästepfade anderer Touristen als mögliche Entscheidungshilfe heranzuziehen. Zwar sollte bei der Zusammenstellung, der Gedanken an die Machbarkeit einer barrierefreien Umgestaltung nicht völlig ausgegrenzt sein, jedoch sollte dieser nicht die Entscheidung dominieren. **Es gilt: Der barrierefreie Umbau bzw. Anpassung der Dienstleistungen muss grundlegend möglich sein, jedoch noch nicht zwingend vorherrschen. Das Erlebnis und die Aufenthaltsqualität stehen im Vordergrund!**

Abb. 22: Stationen der Servicekette und Zuordnung entsprechender Betriebe/Institutionen in der Kommune

Stationen der Servicekette	Was ist festzulegen?	Betrieb/Institution
An- und Abreise	Parkplatz PKW für Anreise/Aufenthalt <i>(mit ausreichend ausgewiesenen Behindertenparkplätzen)</i>	
	Parkplatz Reisebusse bzw. Platz für Ein- und Ausstieg	
	Bahnhof	
Fortbewegung am Urlaubsort		<i>Festlegung bei Auswahl der Verbindungswege</i>
Ankommen und Orientieren	Tourist-Information, Info-Points, Stadtpläne etc.	
Wohnen und Schlafen – Beherbergung	Hotel/Pension <i>im Falle eines Übernachtungstourismus</i>	
Essen und Trinken – Gastronomie	Restaurants für Mittag- bzw. Abendessen	
	Café	
Unterhaltung und Kultur	Sehenswürdigkeit/Attraktion 1	
	Sehenswürdigkeit/Attraktion 2	
	Sehenswürdigkeit/Attraktion 3	
	Mögliche Stadtführungen	
Service und Assistenz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verteilung und Öffnungszeiten von Behindertentoiletten ▪ Sanitätshäuser ▪ Ärzte und Apotheken ▪ Hörgeräteakustiker ▪ etc. 	<i>Ist in Form einer Informationsbroschüre zu sammeln, die dem Besucher ausgehändigt werden kann oder Online abrufbar ist</i>
Ausflug und Shopping	Weitere Ausflugsziele	
	Einkaufsmöglichkeiten	

Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Zuordnung infrage kommender Betriebe ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass auch barrierefreie Angebote möglichst für alle Einkommensschichten bereitzustellen sind. „So sollten z.B. barrierefreie Beherbergungsangebote in allen Preissegmenten entwickelt und angeboten werden.“¹⁰⁶

4. Visualisierung der Stationen des Gästepfades und 5. Festlegung von Verbindungswegen

Nachdem die einzelnen Stationen des Gästepfades im Workshop festgelegt wurden, sind diese zur Veranschaulichung in eine Karte/Stadtplan einzutragen. Dies erleichtert das weitere Vorgehen. Zur Visualisierung bieten sich auch Online-Programme wie OpenStreet-Map oder Google Maps an.

¹⁰⁶ BMWi (Hg.) (2008), S. 119.

Der anschließende Schritt ist die Festlegung von Verbindungswegen. Diese könnten theoretisch je nach Entfernung zwischen den Stationen mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden – beispielsweise zu Fuß, im Rollstuhl, mit dem Fahrrad, mit dem Bus, dem Taxi o.ä. Dies wird auch als Fortbewegung am Urlaubsort bezeichnet.

Bei der Festlegung von Verbindungswegen wirken unterschiedliche Einflussfaktoren auf die Entscheidung ein, welche sich wiederum gemäß den Anforderungsprofilen der Zielgruppen unterscheiden.

1. Die Verbindungswege sollen möglichst kurz sein, um die Anstrengungen z.B. für gehbehinderte Menschen gering zu halten.
2. Die direkte Umgebung und die Wege selbst sollten attraktiv sein. D.h. eine hohe Aufenthaltsqualität bieten.

Attraktive Wege sind z.B. von Geschäften oder attraktiven Landschaften gesäumt. Der Besucher kann sich umschaun und Dinge entdecken. Die Bausubstanz der Wege und Gebäude entlang des Weges sollte ansprechend sein. Es sollten sich „Aussichten“ bieten – z.B. Objekte/Landschaften, die ein Foto wert sind. Der Besucher sollte durch ein geeignetes Besucherleitsystem gelenkt werden.

3. Die Wege sollten bereits weitestgehend barrierefrei gestaltet sein (z.B. entsprechende Wegebeschaffenheit, abgesenkte Bordsteine), um die notwendigen Investitionssummen möglichst gering zu halten.

Somit stellt sich die Grundsatzfrage: Was ist wichtiger zu bewerten? Der kürzeste Weg versus dem mobilitätsgeeignetsten Weg versus dem attraktivsten Weg. Der ideale Weg ergibt sich – vorab noch ohne Berücksichtigung von pragmatischen Fragen der Machbarkeit, Finanzierung etc. – aus: Barrierefreiheit + Atmosphäre/Attraktivität = Idealer Weg. Bei größeren Entfernungen sollten alternative, barrierefreie Fortbewegungsmittel verfügbar sein.

„Notwendig ist nicht nur eine passend auf die spezifischen Nutzeranforderungen zugeschnittene Infrastruktur, sondern ebenfalls eine hohe Service- und Erlebnisqualität. Auch hier geht es um echte Urlaubserlebnisse (z.B. Segeltörn, Museumsbesuch, Radfahren, Naturbeobachtungen) und nicht nur um die rein funktionale Zugänglichkeit von Hotels, Attraktionen oder Verkehrsmitteln. Gäste wünschen über barrierefreie Basisangebote hinaus Erlebniswerte: Allein für ein barrierefreies Badezimmer fährt kein Gast in eine Region.“¹⁰⁷

6. Vorstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse sind der Arbeitsgemeinschaft vorzustellen und ggf. gemäß weiterer Anmerkungen anzupassen.

¹⁰⁷ BMWi (Hg.) (2013), S. 5.

7.5 Status-Quo Ermittlung auf Grundlage von Anforderungsprofilen

Die Ermittlung des Status-Quo, also der aktuellen Situation, in der Kommune, den Städten, den Betrieben und Einrichtungen schließt sich direkt an die Vorarbeiten aus Phase 1 bis 3 an. Die Gründlichkeit während dieser Arbeitsphase wird im Ergebnis belohnt, indem für die unterschiedlichen Formen von Barrieren, Lösungen vorhanden sind.

Checkliste Phase 5



1. Kenntnisse über Zielgruppen und deren Anforderungsprofil erlangen (siehe hierzu Kap. 3)
2. Checklisten erarbeiten bzw. zugrunde legen
3. Ermittlung des Status-Quo durch Vor-Ort-Begehung, evtl. durch externe Beauftragte

1. Kenntnisse über Zielgruppen und deren Anforderungsprofil erlangen

Die Erfassung aller Arten von Hindernissen geschieht auf Grundlage eines verallgemeinerten Anforderungsprofils der einzelnen Zielgruppen. Nur wenn man weiß, welche Bedürfnisse die Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen haben, können auch die Hindernisse/Barrieren in der Kommune, die sich für diese Zielgruppen ergeben, identifiziert werden. Die Bedürfnisse der Menschen, die von verschiedenen Behinderungen betroffen sind, wurden in Kap. 3 bzw. 5 zusammengestellt. Darüber hinaus geben auch Behindertenverbände detailliertere Auskünfte und können ggf. als Unterstützung bei der Erhebung noch vorhandener Barrieren in der Kommune gewonnen werden.

Zur Verdeutlichung der unterschiedlichen Bedürfnisse und demzufolge der erforderlichen Sichtweise bei der Prüfung der Gegebenheiten soll die folgende Beispielsituation dienen.

Beispiel: Überwindung einer Wegstrecke für Menschen im Rollstuhl mit dem Bus (ÖPNV)

Grundsätzlich sind folgende Fragen zu klären:

- Kann die Haltestelle mit dem Rollstuhl erreicht werden und sind die Bewegungsflächen ausreichend?
- Sind die Ticketautomaten so gestaltet, dass diese auch von Menschen im Rollstuhl bedient werden können (Höhe Bedienelement, Höhe Geldeinwurf, Neigung Display etc.)?
- Sind Niederflerbusse im Einsatz oder kann eine Rampe angelegt werden? Sind die Einstiegs-/Ausstiegskanten in entsprechender Höhe?
- Bietet der Bus eine „Parkmöglichkeit“ für den Rollstuhl?
- Sind Haltewunsch-Taster auch für Menschen im Rollstuhl erreichbar?

Beispiel: Überwindung einer Wegstrecke für blinde Menschen mit dem Bus (ÖPNV)

Hier stellen sich beispielsweise andere Fragen:

- Kann die Person sicher zur Haltestelle gelangen? Sind an entsprechenden Gefahrenstellen Audio-Warnhinweise eingerichtet?
- Leitet mich beim Ticketautomat eine Audio-Ansage durch das Menü? Sind am Automaten die Stellen für Geldeinwurf, Ticketentnahme o.ä. durch Blindenschrift gekennzeichnet?
- Unterstützen taktile Elemente die Person bei der Suche nach dem Fahrkartenautomaten bzw. bei der Suche nach der Einstiegsstelle (Position der Tür bei Halt)?
- Wird die nächste Haltestelle im Bus angesagt?
- Sind die Haltewunschtaster als solche ertastbar?

2. Checklisten erarbeiten bzw. zugrunde legen

Am einfachsten gestaltet sich die Auflistung der Bedürfnisse/Anforderungsprofile gegliedert nach Art des Objektes (z.B. Weg, Zugang, Treppenhaus) sowie nach Art der Behinderung. Um allen Formen von Behinderungen (natürlich in Bezug auf die festgelegten Zielgruppen) gleichermaßen Aufmerksamkeit und Berücksichtigung zu schenken, bietet es sich an, bei der Vor-Ort-Begehung unterschiedliche Gruppen zu bilden.

Insgesamt werden vier verschiedene Gruppen benötigt. Diese widmen sich der Prüfung des Gästepfades auf Grundlage der Anforderungsprofile für folgende Zielgruppen:

- Gäste mit Gehbehinderung und Rollstuhlfahrer
- Gäste mit Seheinschränkung und Blinde
- Gäste mit Höreinschränkung und Gehörlose
- Gäste mit kognitiven Einschränkungen

Im Web sind bereits verschiedene Checklisten auffindbar, z.B. Barrierefreiheit in Gastronomie und Hotellerie etc. Jedoch fehlte lange Zeit eine übergreifende und einheitliche Grundlage, die sich für alle Arten von Einrichtungen anwenden lässt. Diese Vereinheitlichung wurde mit dem Projekt „Reisen für Alle“ geschaffen. Dieses Kennzeichnungssystem konzentriert sich auf die Festlegung von Mindestanforderungen in der baulichen und infrastrukturellen Umwelt, vernachlässigt jedoch noch die Forderung nach einer geschlossenen Informationskette. Das vollständige Dokument findet sich als PDF unter www.deutschland-barrierefrei-erleben.de.

Abb. 23: Qualitätskriterien der Kennzeichnung „Reisen für Alle“



Reisen für Alle
Das neue Kennzeichnungssystem für Alle
Orte und Betriebe der Tourismusbranche



**Das Kennzeichen „Reisen für Alle“
Geprüft. Verlässlich. Detailliert.**

**Barrierefreiheit als
Qualitäts- und Komfortmerkmal
in Deutschland**

© DSFT Berlin / Prüfsystem zur Barrierefreiheit, Version 1.2.4

Reisen für Alle  Prüfsystem zur Barrierefreiheit

Anforderungen für Menschen mit Gehbehinderung

Barrierefreiheit geprüft – teilweise barrierefrei

Barrierefreiheit geprüft  

Allesgemeines:

- Es darf max. 1 Stufe mit einer Höhe von max. 21 cm vorhanden sein. (Schwelle/Stufe/Treppe; Tür)
- Alle Durchgänge/Wegebreiten sind mindestens 70 cm breit. (Schalter/Tresen/Kasse; Speiseraum; Zimmer/ Ferienwohnung; Raum; Weg außen/ innen; Aufzug/Lift; Umkleidekabine; Tür)

Barrierefreiheit geprüft – barrierefrei

Barrierefreiheit geprüft  

Allesgemeines:

- Es darf max. 1 Stufe mit einer Höhe von max. 21 cm vorhanden sein. (Schwelle/Stufe/Treppe; Tür)
- Alle Durchgänge sind mindestens 80 cm breit. (Schalter/Tresen/Kasse; Speiseraum; Zimmer/ Ferienwohnung; Sanitärraum; Raum; Tür; Umkleide; Aufzug/ Treppen- oder Hublift; Weg außen)
- Bewegungsflächen sind mind. 120 cm x 120 cm groß. (Schalter/Tresen/Kasse; Speiseraum; Zimmer/ Ferienwohnung; Küchenzeile; Sanitärraum; WC; Waschbecken; Dusche; Liege/ Wickeltisch; Raum; Sauna; Automat; Umkleide; Aufzug/ Treppen- oder Hublift; Rampe)

Tür:
Die Tür darf keine Karussell- oder Rotationstür sein.

© DSFT Berlin, Prüfsystem zur Barrierefreiheit, Version 1.2.4 Seite 3 von 24

Beispielseite

Quelle: DSFT (Hg.) (2014), www.deutschland-barrierefrei-erleben.de

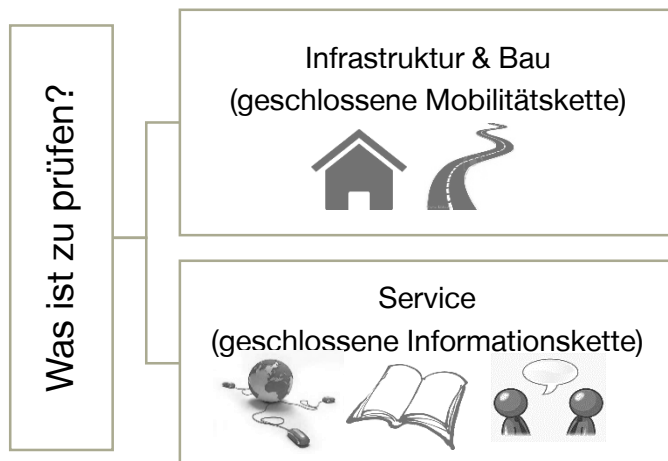
3. Ermittlung des Status-Quo durch Vor-Ort-Begehung, evtl. durch externe Beauftragte

Die Status-Quo-Ermittlung dient der Sicherstellung einer geschlossenen Mobilitäts- und einer geschlossenen Informationskette und kann als Analyse der Zugänglichkeit des Urlaubsziels verstanden werden. Sie ist die Voraussetzung für die Identifizierung des Handlungsbedarfs. Dabei beschränkt sich die Prüfung der Vor-Ort-Situation jedoch nicht nur auf die physische Zugänglichkeit von Einrichtungen und die Nutzbarkeit von Wegen, sondern auch auf die Verfügbarkeit ausreichender und insbesondere geeigneter Informationen. Hierbei sind Medien wie das Internet, Print-Produkte, aber auch das persönliche Gespräch einzubeziehen.

Wer ist für die Erhebung geeignet?

Die Erfassung kann durch Personen mit entsprechender Expertise (z.B. Beauftragter für barrierefreien Tourismus) erfolgen, aber auch der Einsatz externer Erheber ist denkbar. Letzteres bietet sich insbesondere an, wenn eine Zertifizierung angestrebt wird. Am besten werden jedoch die Menschen, die direkt betroffen sind, um ihre Unterstützung gebeten. Diese sind besonders sensibilisiert für potenzielle Barrieren. Durch deren Beteiligung stehen nicht nur Kennzahlen wie Türbreite, die Höhe von Treppenstufen, Neigungswinkel von Gehwegen etc. im Vordergrund, sondern auch das Wohlfühlen steht im Mittelpunkt (z.B. „angenehme“ Bodenbeläge für Rollstuhlfahrer, bevorzugte Orientierungshilfen für Blinde etc.).

Abb. 24: Bereiche der Status-Quo-Ermittlung



Quelle: Eigene Darstellung

Im Bereich **Service** sind geschlossene Informationsketten anzustreben. Das heißt, dem Gast werden die Informationen, die er benötigt, zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung gestellt bzw. sind von ihm auffindbar (siehe dazu auch Kap. 7.4 (geschlossene Informationsketten) bzw. dem Kapitel zur Kommunikation 7.10).

Im **Bereich Bau und Infrastruktur** sind folgende Sachverhalte im Hinblick auf eine selbständige und weitestgehend von fremder Hilfe unabhängige Nutzung zu prüfen:

- Zugänglichkeit von Gebäuden und Verkehrsmitteln
- Benutzbarkeit von Straßen und Wegen

Beiden Bereichen sollte gleichermaßen Beachtung geschenkt werden, denn wem nützt eine barrierefreie Einrichtung, wenn diese nicht erreicht werden kann.

Für die Erfassung der Zugänglichkeit von Gebäuden und Verkehrsmitteln bieten sich grundsätzlich zwei Möglichkeiten: Zum einen kann die Prüfung ebenso wie oben aufgeführt durch eine Person mit entsprechender Expertise oder einen externen Prüfer erfolgen. Zum anderen können auch die Vertreter der Einrichtungen um ihre Unterstützung gebeten werden, denn diese kennen die Einrichtung, wie kein anderer. Letzteres ist auf Grund der Fülle der zu prüfenden Einrichtungen/Betriebe ein attraktives Vorgehen, jedoch ist die Qualität der gelieferten Information sicherzustellen. Als Grundlage für die Erhebung sollten – zur Gewährleistung der bundesweiten Einheitlichkeit – auch in diesem Fall die Qualitäts- und Komfortmerkmale des Kennzeichnungssystems Reisen für Alle genutzt werden.

Die Verkehrsmittel sind einmal im Hinblick auf die Erreichbarkeit von Ein- und Ausstiegstellen, als auch der Zugänglichkeit der Verkehrsmittel selbst zu prüfen. Siehe dazu auch das Beispiel zur Überwindung einer Wegstrecke mit dem Bus für Menschen im Rollstuhl bzw. blinde Menschen auf Seite 70.

Bei der Prüfung der Benutzbarkeit von Straßen und Wegen bieten sich bei der Erhebung Maßnahmenprotokolle an, in denen zum jeweiligen Standort, die notwendigen Maßnahmen notiert werden können. Ein Beispiel ist in der nachstehenden Abbildung aufgeführt. Neben den schriftlichen Erkenntnissen sind die „Problemstellen“ in einem Bilderprotokoll festzuhalten. Im Nachhinein können durch die Bilder, die sich ergebenden Schwierigkeiten für Menschen mit Handicap, mit den verantwortlichen Stellen wie z.B. dem Bauamt gesichtet und Möglichkeiten der Anpassungen besprochen werden. Durch dieses Vorgehen kann die Anzahl nötiger Vor-Ort-Begehungen reduziert werden.

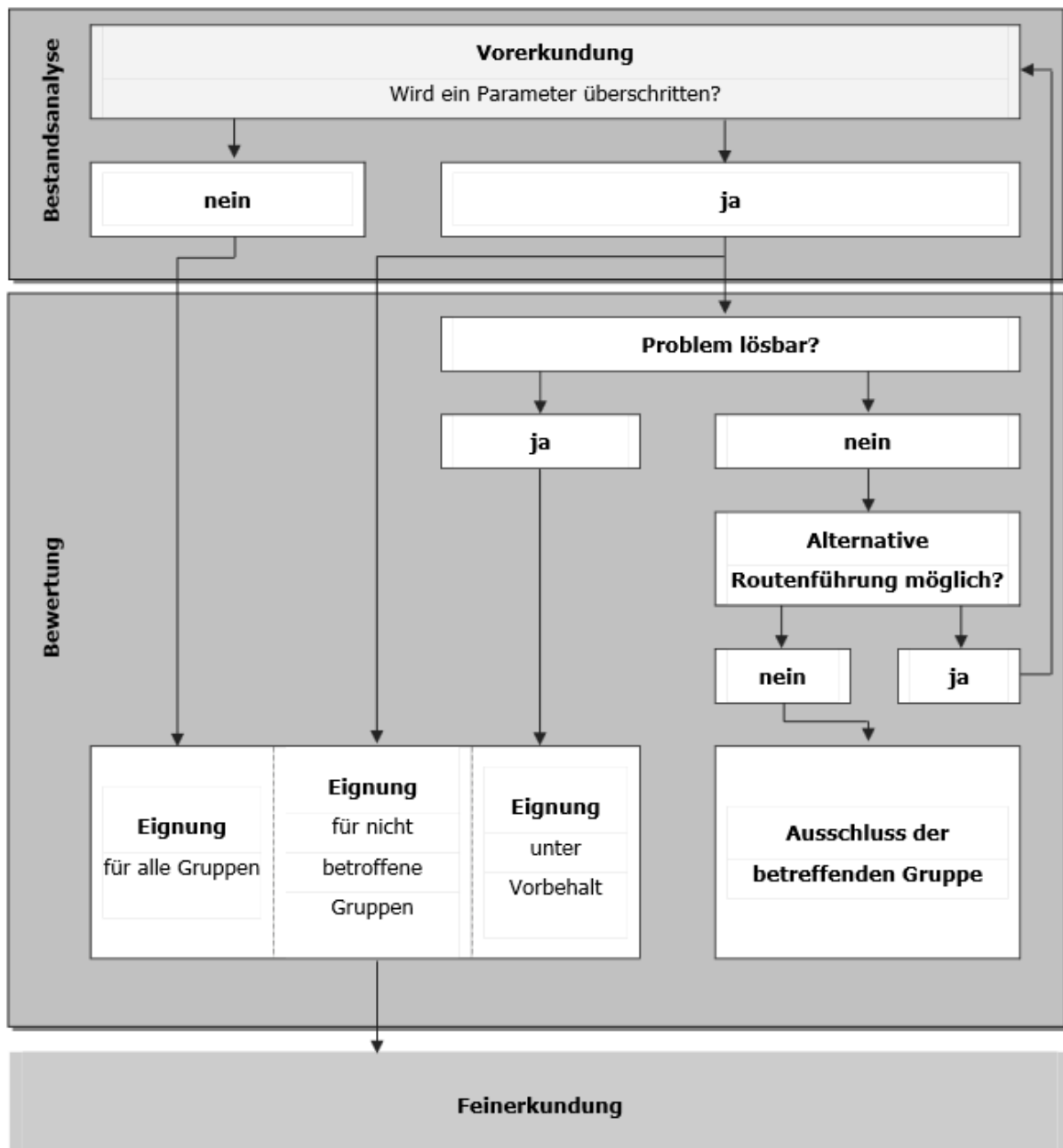
Abb. 25: Maßnahmenprotokoll für die Ermittlung baulicher Barrieren von Wegen in der Kommune

Maßnahmenprotokoll	
Vor-Ort-Begehung zur Erzielung eines barrierefreien Tourismus	
Stadt	
Straßenname	
Koordinaten	Nord ._____ Ost ._____
Maßnahme im Bereich: <input type="checkbox"/> Wegbreite <input type="checkbox"/> Bewegungsflächen <input type="checkbox"/> Wegebeschaffenheit (Oberfläche, ..) <input type="checkbox"/> Orientierungshilfen auf Wegen/Wegebegrenzungen <input type="checkbox"/> Schwellen, Stufen, Treppen <input type="checkbox"/> Steigung/Schrägung <input type="checkbox"/> Beschilderung <input type="checkbox"/> Sonstiges _____	Betrifft folgende Zielgruppe: <input type="checkbox"/> Menschen mit Gehbehinderung <input type="checkbox"/> Menschen im Rollstuhl <input type="checkbox"/> Menschen mit Hörbehinderung <input type="checkbox"/> Gehörlose Menschen <input type="checkbox"/> Menschen mit Sehbehinderung <input type="checkbox"/> Blinde Menschen <input type="checkbox"/> Menschen mit kognitiven Einschränkungen
<u>Beschreibung der aktuellen Situation:</u>	
_____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____	
<u>Notwendige Änderungen:</u>	
_____ _____ _____ _____	
Zugeordnete Bilddatei:	

Quelle: Eigene Darstellung

Nachdem die Parameter der einzelnen Verbindungswege bzw. Stationen des Gästepfad-
des ermittelt und schriftlich fixiert wurden, sollten die einzelnen Stationen mit folgenden
Prozessschema geprüft werden, dass vom Verband Naturpark Thüringer Wald e.V. im
Zuge eines Projektes zur Gestaltung barrierefreier Wanderwege übernommen wurde. Das
Schema ermöglicht einen übersichtlichen Abgleich der ermittelten Parameter mit der an-
zuratenden weiteren Vorgehensweise.

Abb. 26: Vorgehen bei der Routenfestlegung



Quelle: Vgl. Institut für Verkehr und Raum der Fachhochschule Erfurt (Hg.) (2005), www.apps.thueringen.de, S. 53.

7.6 Auswahl und Festlegung der Maßnahmen

Maßnahmen sind in verschiedenen Bereichen notwendig, den sogenannten Handlungsfeldern, die sich an den verschiedenen Formen von Barrieren orientieren. In dieser Projektphase ist ein wesentlicher Zwischenschritt, sich zu vergewissern, ob allen zu prüfenden Bereichen (z.B. Einrichtungen, Wege, Beschilderung, Informationsmaterialien) bei der Status-Quo-Ermittlung ausreichend Beachtung geschenkt wurde. Ebenso ist zu kontrollieren, ob die verschiedenen spezifischen Bedürfnisse gleichermaßen Berücksichtigung gefunden haben.

Checkliste Phase 6

1. Selbstkontrolle und Festlegung der Maßnahmen
2. Aufbereitung der Maßnahmenübersicht

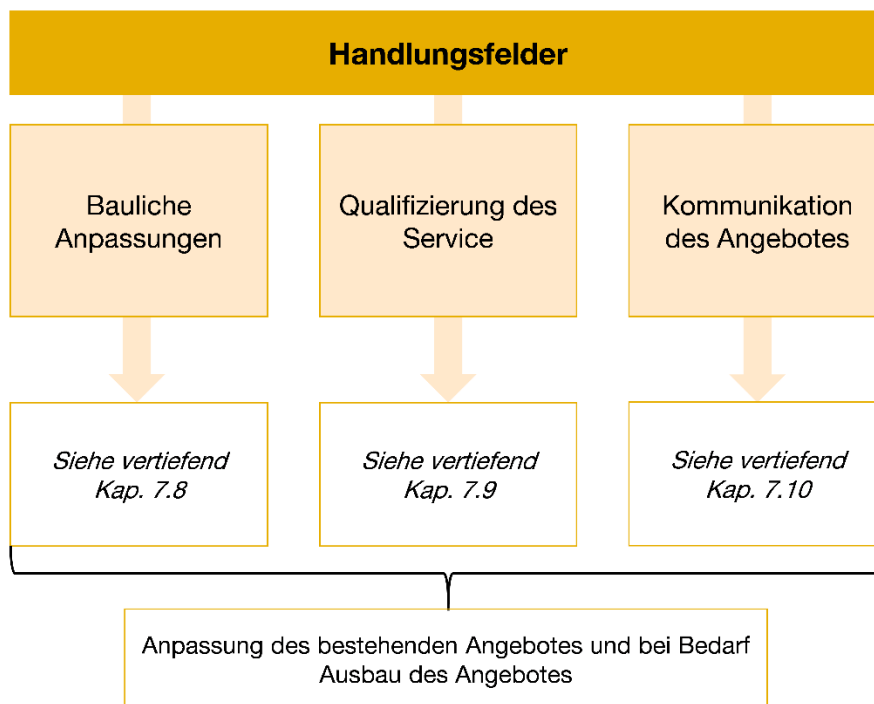
1. Selbstkontrolle und Festlegung der Maßnahmen

Die vorzunehmenden Maßnahmen lassen sich grundlegend drei Handlungsfeldern zuordnen. Diese Zuweisung dient auch der eigenen Kontrolle, ob allen Bereichen, die auf das Urlaubserlebnis für Menschen mit Handicap bzw. die Aufenthaltsqualität einwirken, ausreichend Beachtung geschenkt wurde. Denn die oben aufgeführten Handlungsfelder richten sich an den verschiedenen Formen von Barrieren aus, die i.d.R. für Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkung bestehen:

- Bauliche Barrieren (z.B. unüberwindbare Stufen für Rollstuhlfahrer oder zu kleine Sanitärbereiche) sowie sensorische Barrieren (z.B. unzureichende Farbkontraste bei der touristischen Beschilderung, keine tastbaren Informationen)
- Barrieren in der Kommunikation (z.B. schlecht lesbare Internetseiten)
- Barrieren im Service (z.B. fehlendes Gästeführungsangebot in Gebärdensprache für höreingeschränkte Gäste)¹⁰⁸

¹⁰⁸ Vgl. BMWi (Hg.) (2013), S. 4.

Abb. 27: Handlungsfelder



Quelle: Eigene Darstellung

Ein wesentlicher Baustein ist die bauliche Anpassung, denn die Zugänglichkeit von Einrichtungen und Betrieben, ebenso die Nutzbarkeit von Straßen und Wegen für Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkung ist die Grundlage für einen barrierefreien Tourismus. Hierbei ist auch die Besucherlenkung durch Beschilderung einzubeziehen, die z.T. spezielle Anforderungen erfüllen muss. Das zweite große Handlungsfeld, was starken Einfluss auf die Kundenzufriedenheit hat, ist die Servicekomponente. Dahinter verbirgt sich das Maßnahmenfeld Wissenstransfer und Qualifizierung. Beispielhafte Maßnahmen sind in diesem Bereich z.B. die Durchführung/Teilnahme der Akteure oder auch Einwohner an Sensibilisierungsworkshops. Denn die Bereitschaft zu Hilfestellungen seitens der Mitarbeiter touristischer Einrichtungen und Einwohner ist ebenso wichtig, wie die physische Zugänglichkeit der Region. Im letzten Schritt erfolgt die Kommunikation des Angebotes an die Kunden und Partner (z.B. Reiseveranstalter), was jedoch erst geschehen kann, wenn sich die Handlungsfelder 1 und 2 in der Umsetzung befinden bzw. bereits zum Abschluss gebracht wurden.

„Die gemeinsamen Anstrengungen dürfen sich allerdings nicht allein darauf beschränken, dass die baulichen und technischen Bedingungen für Menschen mit Behinderung verbessert werden. Ein ebenso wichtiger Bestandteil dieses integrativen Ansatzes ist es, eine größere Servicebereitschaft gegenüber Gästen, die auf Hilfestellungen angewiesen sind, durchzusetzen, denn allein dadurch können viele Barrieren aus dem Weg geräumt werden.“




(Quelle: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt u. Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) (2002), S. 9)

In dieser Projektphase ist der Kontakt zu den einzelnen Verantwortlichen der Umsetzung zu suchen, um zu besprechen, welche Maßnahmen in welcher Form umsetzbar sind. Die Machbarkeit steht dabei im Vordergrund.

3. Aufbereitung der Maßnahmenübersicht

Die Maßnahmen sind in einer Form aufzubereiten, dass diese mit Verantwortlichkeiten und Prioritäten belegt sind. Dies ist dienlich, um die zur Verfügung stehenden Ressourcen auf die verschiedenen Maßnahmen – angefangen bei den Maßnahmen mit höchster Priorität – aufzuteilen. Die Übersicht unterstützt bei der systematischen Realisierung gemäß der strategischen Planung und hilft damit, unnötige Ausgaben zu vermeiden.

Abb. 28: Aufbereitung einer Maßnahmenübersicht

Gästepfad/Servicekette zum Thema _____ für Menschen mit _____ (Art der Einschränkung)					
Grobmaßnahme: _____ Ziel: _____		Handlungsfeld: _____			
Einzelmaßnahme:	Beschreibung und Aufschlüsselung in Einzelschritte:	Verantwortung:	Zeithorizont:	Priorität:	Kostenschätzung:
_____	_____ _____ _____ _____ ▪ _____ ▪ _____ ▪ _____ _____	Kommune/ Leistungs- träger/ Tourismus- marketing- organisation/ Ministerium ...	Kurzfristig/ Mittelfristig/ Langfristig	Sehr hoch  Mittel  Niedrig/ Nachgelagert 	_____ _____ _____

Quelle: Eigene Darstellung

Die Grobmaßnahmen können aus den Maßnahmenprotokollen im Zuge der Status-Quo-Ermittlung gefiltert werden und sind den Gästepfaden bzw. den Angeboten differenziert nach der Art der Behinderung zuzuordnen. Eine Zielformulierung zu jeder Grobmaßnahme sorgt dafür, dass man das gewünschte Ergebnis stets vor Augen hat. Neben der Zuweisung von Verantwortlichkeiten und dem Zeithorizont wird jede Einzelmaßnahme mit der Priorität der Umsetzung versehen. Bei letzteren eignet sich zur Visualisierung das Ampelsystem, welches die dringlichen Maßnahmen in der Übersicht hervorhebt. Außerdem sollte zu jeder Einzelmaßnahme eine Kostenschätzung vorgenommen werden.

7.7 Fördermittelakquisition

Ohne Investitionen ist die Umgestaltung einer Region als barrierefreies Reiseziel nicht möglich. Zwar kann über Kommunikation viel erreicht werden, jedoch basiert die Fortbewegung und

somit die Erlebbarkeit der Region auf entsprechend angepasster baulicher Infrastruktur. Höhere Investitionen im Zuge der Herstellung von Barrierefreiheit können allerdings im Rahmen von Förderprogrammen finanziell unterstützt werden. Dennoch sollte sich eine Kommune nicht allein auf Förderinitiativen verlassen, auch sie selbst muss bereit sein, entsprechende Budgets bereitzustellen.

Checkliste Phase 7



1. Prüfung der Fördermöglichkeiten

Grundsätzlich sind Förderungen denkbar für die Herstellung von Barrierefreiheit durch bauliche Maßnahmen und Infrastruktur-Maßnahmen, Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen oder auch Konzepterstellung (z.B. Konzept für eine zielgerichtete touristische Beschilderung), um nur einige Beispiele zu nennen. Da die Förderprogramme z.T. starken Wechsels und Änderungen unterliegen, werden in den folgenden Abschnitten nur einige generelle Hinweise zur Fördermittelakquisition gegeben.

1. Prüfung von Fördermöglichkeiten

Beantragt können Förderprojekte grundsätzlich auf allen Verwaltungsebenen (z.B. Europäische Union, Bund, Land, Kommune sowie andere Fördermittelgeber wie beispielsweise Stiftungen). Die einzelnen Ausschreibungen sind wiederum hinsichtlich des Geltungsbereiches, einzubeziehender Projektpartner (z.B. aus anderen europäischen Mitgliedsstaaten, klein- und mittelständische Unternehmen (KMUs)), Einrichtungsfristen, Förderhöchstquoten etc. zu prüfen. Die Gelder können beispielsweise aus übergreifenden Förderprogrammen oder Sonderfonds stammen.

Zur Fördermittelgenerierung sind regelmäßig bekannte Plattformen wie beispielsweise die Förderdatenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (www.foerderdatenbank.de) zu sichten und Kontakte zu Partnern und Unterstützern (z.B. Ministerien, Investitionsbank Sachsen-Anhalt) zu pflegen. Empfehlenswert ist in diesem Zusammenhang auch das Abonnement von Newslettern und RSS-Feeds verschiedenster Behörden. Da sich die Antragsfristen der Förderprogramme sowohl auf Landes- als insbesondere auch auf Bundesebene zum Teil tendenziell verkürzen, empfiehlt sich der rechtzeitige Einstieg in die Antragsphase.

Allerdings ist eine Kommune nicht immer darauf angewiesen, dass zum gewünschten Zeitpunkt Förderprogramme ausgeschrieben sind. Auch der direkte Austausch mit Mittelgebern zu einer konkreten Projektidee/einem konkreten Vorhaben ist denkbar.

Beispiele für Förderthemen:

- „Förderung von Modellregionen auf Landesebene zur Entwicklung, Vernetzung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen
- Förderung der Beratung für Kommunen und Regionen zu den Anforderungen an eine barrierefreie Gestaltung und Vermarktung
- Förderung der Kommunen und Destinationen bei der Erstellung und Überprüfung von Zugänglichkeits- und Masterplänen
- Förderung von Kommunen und Destinationen beim Wissenstransfer und bei Kooperationen zur Bereitstellung und Vermarktung barrierefreier Produkte und Dienstleistungen im In- und Ausland
- (Förderung der) Schulung und Beratung von Unternehmen zu den Anforderungen an die barrierefreie Gestaltung und Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen einschließlich möglicher Lösungsansätze und Entscheidungshilfen
- (Förderung der) Schulung und Beratung von Unternehmen zu den Zielen und Inhalten der Zielvereinbarung „Standardisierte Erfassung, Bewertung und Darstellung barrierefreier Angebote in Hotellerie und Gastronomie“
- Förderung von Unternehmen – ggf. auch in bestehenden Programmen – für Marktforschungsaufträge, um die Zukunftschancen bestimmter Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich „Demographiefestigkeit“ und der Anforderungen eines Designs für Alle zu testen
- Förderung von Unternehmen bei Kooperationen zur Bereitstellung und Vermarktung innovativer Produkte und Dienstleistungen
- Förderung des Umbaus, Erwerbs oder Baus von Einrichtungen bei Realisierung von Barrierefreiheit und eines Designs für Alle
- Förderung von Pilotprojekten, Unterstützung von Netzwerken verschiedener Existenzgründer und Beratungsunternehmen
- Förderung von Maßnahmen wissenschaftlicher Einrichtungen und Unternehmen zum Wissenstransfer oder zur Vernetzung von Forschung und Wissenschaft mit wirtschaftlichen Aktivitäten
- (Förderung der) Schulung und Beratung von am Arbeitsmarkt benachteiligten Bürgern zur Integration im Arbeitsmarkt (Aus- und Weiterbildung, betriebliche Eingliederung, Existenzgründung etc.)“

Quelle: BMWi (Hg.) (2008), S. 105

7.8 Bauliche Umsetzung

Bevor die Kommune das Thema Barrierefreiheit in der Außendarstellung bzw. touristischen Vermarktung nutzen kann, müssen – wie bereits erläutert – die Voraussetzungen geschaffen werden. Dies beinhaltet bauliche Anpassungen in der Region hinsichtlich der Bedürfnisse der Ziel-

gruppen. Diese sind eng mit der Planung finanzieller Ressourcen für den barrierefreien Aus- bzw. Umbau verknüpft. Bei der Infrastrukturplanung und -gestaltung sollte dabei möglichst integrativ vorgegangen werden. Das bedeutet, dass keine Sonderlösungen für Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen geschaffen werden, sondern möglichst Lösungen, von denen alle Gäste profitieren und die von allen genutzt werden können.

Die Anpassungen sind dabei unter folgender Maxime vorzunehmen: **So wenig wie möglich, aber so viel wie nötig umbauen bzw. neu bauen!**

1. Anpassung der baulichen Infrastruktur

Wie bereits in Kap. 7.5 aufgeführt, sollten neben der Einhaltung der Bauordnungen die Qualitäts- und Komfortmerkmale des Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ als Gestaltungsgrundsatz herangezogen werden. In letzteren sind beispielsweise maximal zulässige Längsneigungen von Gehwegen, Stufenhöhen, die räumliche Ausdehnung von Bewegungsflächen, die Notwendigkeit von visuellen und auditiven Warnsignalen an Gefahrenstellen und vieles weitere festgelegt, an denen sich eine Kommune bei den baulichen Anpassungen orientieren kann. Darüber hinaus sind bereits zu Beginn der Planungsprozesse regionale Betroffenenverbände oder auch Bewohner, die in ihrem Leben in Mobilität und/oder Aktivität eingeschränkt sind, einzubeziehen.

Eine im Projekt durchgeführte Vor-Ort-Begehung mit zwei Personen im Rollstuhl sowie zwei Begleitern vom örtlichen Kreisbehindertenverband hat hierzu **weitere interessante Erkenntnisse** gebracht:

- Zum Teil wirken sich positive Anpassungen in einem Bereich negativ in einem anderen Bereich aus.

Beispiel: Ein auf Gehwegbreite abgesenkter Bordstein (barrierefreier Zugang) vor einem Grundstück ist für Rollstuhlfahrer, die den Gehweg nutzen, unangenehm. Der abgesenkte Bereich führt in Fahrtrichtung des Rollstuhls zu einer Querneigung, die bei Rollstuhlfahrern ein Unsicherheitsgefühl hervorrufen kann.

- Es ist immer eine Frage der individuellen Situation und der vorherrschenden Gegebenheiten.

Beispiel: Die maximale Längsneigung von Rampen und Wegen im Außenbereich ist bei „Reisen für Alle“ mit 6% beziffert. Neben der Neigung stellt jedoch auch die Länge des Weges, über die der Anstieg andauert, eine fundamentale Variable für die Anstrengung und damit verbunden die Machbarkeit, den Weg zurückzulegen, dar.

Checkliste Phase 8



1. Anpassung der baulichen Infrastruktur
2. Touristische Beschilderung & Leitsysteme

- **Verfügbarkeit allein ist nicht ausreichend!**

Als Beispiel soll zur Verdeutlichung die Verfügbarkeit von behindertengerechten, öffentlichen Toiletten dienen. Es ist nicht nur von Bedeutung, dass ausreichend Sanitäranlagen in regelmäßigen Abständen und in der Nähe bedeutender Knotenpunkte (Plätze, Sehenswürdigkeiten etc.) vorhanden sind, sondern diese müssen auch geöffnet sein. Dies scheint banal, ist aber nicht selbstverständlich. Gründe sind womöglich der Vandalismus in den Städten. In den Modellorten hat sich herauskristallisiert, dass die Räume überwiegend schlechte Öffnungszeiten aufweisen und zum Teil an den Wochenenden geschlossen sind.

- **Manche Dinge erfährt man nur durch Nachfragen!**

Beispiel: In den Gesprächen mit direkt Betroffenen, also den Menschen, für die all diese Anpassungen vorgenommen werden sollen, hat sich wider Erwarten herausgestellt, dass zum Beispiel Kleinsteinpflaster eine deutlich angenehmere Fortbewegung ermöglicht als das ebenfalls weitverbreitete Großsteinpflaster. Darüber hinaus ist nicht nur der Komfort als Argument anzuführen. Nein! Die Überwindung von unebenen, holprigen Pflaster ist für Menschen im Rollstuhl, die mit Rücken- und Bandscheibenprobleme zu kämpfen haben, nicht nur unangenehm, sondern sogar schädlich. Dennoch, muss es nicht immer gleich Asphalt sein, denn bei jeder praktischen Anpassung, darf auch die ästhetische Komponente (insbesondere im Tourismus) nicht vergessen werden.

- **Manchmal muss man individuelle Lösungen schaffen!**

Beispiel: Nicht immer lassen es die Rahmenbedingungen zu, dass zum Beispiel Gehwege über eine ausreichende Breite – auch für Rollstuhlfahrer – verfügen. Gerade bei engen Häuserschluchten und vorgegebenen Mindestbreiten von Fahrspuren gestaltet sich eine Verbreiterung des Gehweges meist auf den ersten Blick als unlösbar. Doch auch individuelle Lösungen sind denkbar! Es kann beispielsweise geprüft werden, ob der vorherrschende Verkehr, die Einrichtung einer eigenen „Rollstuhlfahrerspur“ zulässt. Hierbei könnte, ähnlich der etablierten Fahrradspur, ein Seitenstreifen der Fahrbahn als solcher farblich gekennzeichnet werden; einhergehend mit einer Geschwindigkeitsbegrenzung als flankierende Maßnahme. Dann könnten die Touristen und Einwohner, wenn die Gehwege es nicht zulassen, auf diesen Streifen ausweichen. Nicht nur für Rollstuhlfahrer wäre diese Entwicklung vorteilhaft. Auch Eltern mit Kinderwagen oder Menschen mit Rollatoren könnten diese separate Spur nutzen.

2. Touristische Beschilderung & Leitsysteme

Im Zuge der baulichen Anpassungen ist auch die touristische Beschilderung auf ihre Barrierefreiheit (im Sinne der Gestaltung) und ihre Aufgabenerfüllung (im Sinne einer logischen, lückenlosen und eindeutigen Besucherlenkung) zu überprüfen. Bei der Gestaltung der Schilder kann man sich an einigen Grundregeln orientieren, die auch für die Kommunikation des Angebotes gelten (siehe auch Kap. 7.10):

- **Schriften** sollten sich mit ausreichendem Kontrast vom Hintergrund abheben, über eine ausreichende Schriftgröße verfügen und möglichst serifenlos sein
- **Schilder** sind in entsprechenden Höhen anzubringen, sodass die Inhalte auch problemlos von Menschen im Rollstuhl, Kindern oder kleinwüchsigen Personen wahrgenommen werden können
- **Hintergründe** für Schilder sollten die Lesbarkeit unterstützen (z.B. Vermeidung von Glasschildern)

Die touristische Beschilderung bezieht sich dabei nicht ausschließlich auf die Leitsysteme in einer Stadt/einer Region, die für die Orientierung während des Aufenthaltes entscheidend sind, sondern auch auf die Hin-/Wegleitung in/aus der Region bei der An- bzw. Abreise. Die Leitsysteme und Beschilderungen vor Ort sollten „eindeutig, gut sichtbar, blendfrei und kontrastreich in einer gut lesbaren Höhe angebracht“¹⁰⁹ werden. Darüber hinaus sind Alternativen für Menschen mit Sehbehinderung und Blinde zu schaffen (z.B. Audio-Funktionen oder Reliefschriften/Braille-Schrift).

Bei größerem festgestellten Handlungsbedarf ist die Investition in ein touristisches Beschilderungskonzept anzuraten.

¹⁰⁹ DRV (Hg.), www.tourismus-fuers-land.de, S. 5.

7.9 Wissenstransfer und Qualifizierung der Anbieter

Wie bereits mehrmals hervorgehoben, ist nicht nur die bauliche Zugänglichkeit von Bedeutung, sondern auch der Service ist nicht zu vernachlässigen. Somit zählen der Wissenstransfer sowie eine entsprechende Qualifizierung der Anbieter zu den Schlüsselkomponenten der Zielerreichung und stellen einen wesentlichen Bestandteil des Fundaments für die erfolgreiche Positionierung einer Region als barrierefreies Reiseziel dar.

Öffentliche Informationsveranstaltungen, die individuelle Beratung von Leistungsträgern und weiteren Anbietern sowie weitere Formen des Wissenstransfers sind wesentliche Bausteine, um der Vielzahl noch vorherrschender Informationsdefizite entgegen zu wirken. Beispielsweise bezieht sich ein Großteil der zentralen Hemmnisse für barrierefreien Tourismus auf Informationslücken wie:

- Informationsdefizite hinsichtlich des Marktpotenzials
- Informationsdefizite hinsichtlich des Reiseverhaltens
- Informationsdefizite hinsichtlich der Marktanforderungen
- Informationsdefizite hinsichtlich der Kosten für Barrierefreiheit¹¹⁰

Darüber hinaus sind psychologisch-mentale Barrieren seitens der Anbieter aber auch nichtbehinderter Nachfrager ein weiterer Grund, warum eine weitgehende barrierefreie Gestaltung des touristischen Angebotes noch aussteht. Somit zählen auch Sensibilisierungsveranstaltungen zu den Maßnahmen, die im Zuge einer Etablierung einer Region als barrierefreies Reiseziel, durchgeführt werden sollten.

Es gilt darüber hinaus, Maßnahmen zu entwickeln, die die relevanten Akteure (private Leistungsträger, öffentliche Einrichtungen und weitere) zur gegenseitigen Kommunikation und Kooperation animieren. Ein Beispiel sind z.B. Unternehmerstammtische. Durch branchenübergreifende Kooperationen können unternehmerische Synergien genutzt und durch Schaffung eines attraktiven Angebotes der Kundennutzen gesteigert werden. Im barrierefreien Tourismus sind aufgrund der Vielschichtigkeit der Maßnahmenbereiche Kooperationen entscheidend, um als Reiseziel im nationalen und internationalen Vergleich wettbewerbsfähig zu sein. Somit bezieht sich der Wissenstransfer nicht allein auf die Weitergabe von Informationen in Form von Informationsmaterialien und Schulungen, sondern

Checkliste Phase 9



1. Organisation einer erweiterten Informationsveranstaltung in der Kommune
2. Einrichtung einer Beratungsstelle für die individuelle Beratung von Leistungsträgern und anderen Akteuren
3. Etablierung eines „Stammtischs“ für barrierefreien Tourismus
4. Information über bzw. Wahrnehmung von Weiterbildungsangeboten
5. Aufbereitung und Bereitstellung von Informationsmaterialien
6. Teilnahme an Fachkongressen und Weiterverfolgung der Entwicklung eines barrierefreien Tourismus in Wettbewerbsregionen
7. Einbindung in eigene Marktforschung

¹¹⁰Vgl. BMWA (Hg.) (2003), S. 14ff.

auch auf den Erfahrungsaustausch zwischen den beteiligten Betrieben, Organisationen und Stabstellen und unterstützt den gemeinsamen Lerneffekt.

1. Organisation einer erweiterten Informationsveranstaltung in der Kommune

Im Zuge der Umsetzungsbemühungen eines barrierefreien Tourismus sollte auch eine öffentlichkeitswirksame Informationsveranstaltung zu den Themen Behinderung, Barrierefreiheit und spezifische Bedürfnisse betroffener Menschen durchgeführt werden. Diese Veranstaltung kann wiederum zwei unterschiedliche Zielgruppen einbeziehen, deren Ansprache bei entsprechender Gestaltung und Zeitplanung auch in einer Veranstaltung erfolgen kann. Somit ist eine Informations- und Sensibilisierungsveranstaltung durchzuführen für:

- die regionale Bevölkerung
- Akteure/Leistungsträger der Tourismusbranche im engeren und weiteren Sinne

Die Einbindung der örtlichen Bevölkerung ist entscheidend, da auch diese aktiv am Prozess „Urlaubserlebnis“ mitwirkt, auch wenn die Einwohner dies unbewusst tun. Sei es, indem Sie einen Reisenden den Weg erklären, einen Kaffee zum Mitnehmen verkaufen oder auf Bitten ein Familienfoto schießen. Studienergebnisse haben gezeigt, dass von befragten Reisenden mit Behinderung der Service und das zwischenmenschliche Miteinander als verbesserungswürdig eingestuft werden. Dies bezieht sich jedoch nicht allein auf die touristischen Akteure, sondern auf alle Personen.

Bei der Veranstaltung geht es um die Vermittlung von Wissen, die Sensibilisierung für die spezifischen Bedürfnisse der Betroffenen und die Generierung eigener Erfahrungen, die sich womöglich im zukünftigen Handeln widerspiegeln. Beispielsweise finden Aging-Anzüge immer mehr Anklang im Zuge von Sensibilisierungsveranstaltungen. Auch Erfahrungsberichte von Betroffenen können auf die Empathie der Teilnehmer bei zukünftigen Kontakten mit Menschen mit Handicap einwirken. Für Unternehmer und andere Akteure können darüber hinaus Beispielberichte von erfolgreichen Destinationen oder Anbietern barrierefreier Angebote motivierend wirken, zum

Aging Anzüge zur Simulation des Alterns

Bei Sensibilisierungsseminaren finden auch zunehmend sogenannte Alterssimulationsanzüge Anwendung. Sie ermöglichen den Probanden am eigenen Leib, die täglichen Herausforderungen und Bedürfnisse eines älteren Menschen zu erfahren und „in die Wahrnehmungs- und Erfahrungswelt älterer Menschen einzutauchen.“ (<http://www.ageexplorer.de/>) Diese Anzüge eignen sich auch für Sensibilisierungsseminare zum Thema Barrierefreiheit, da diese sowohl eine eingeschränkte Seh- und Hörfähigkeit, als auch gewisse Formen der Gehbehinderung demonstrieren können.

Nachahmen animieren und einen Impuls zur eigenen, verstärkten Auseinandersetzung mit diesem Thema liefern. Denn nichts ist überzeugender als erfolgreiche Beispiele!

Grundsätzlich gilt: Die Veranstaltung sollte pressewirksam begleitet werden, um den Wirkungsbereich zu erhöhen und das Thema in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken. Nur so

kann auf langfristige Sicht eine Positionierung als barrierefreies Reiseziel entlang der gesamten touristischen Servicekette erfolgreich sein.

2. Einrichtung einer Beratungsstelle für die individuelle Beratung von Leistungsträgern und anderen Akteuren

Während bei öffentlich zugänglichen Informationsveranstaltungen vorrangig allgemeinere Themen wie Reiseverhalten, Bedürfnisse etc. vorgestellt und diskutiert werden, ist die individuelle Beratung dienlich, um spezifische Herausforderungen wie Machbarkeit oder auch notwendigen Finanzierungsaufwand zu besprechen. Darüber hinaus können z.B. durch den Beauftragten für Barrierefreiheit Hinweise gegeben werden, wie die Zielerreichung Schritt für Schritt sichergestellt werden kann und welche Fördermöglichkeiten für entsprechende Maßnahmen möglich sind.

Themenbereiche können somit sein:

- Wirtschaftliche Aspekte
- Fördermöglichkeiten
- Bauliche Beratung
- Werbung und Vertrieb der barrierefreien Angebote
- Möglichkeiten zur Sensibilisierung und Schulung von Mitarbeitern
- Die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung

Darüber hinaus ist auch eine fachliche Begleitung der Unternehmen bei der Ausarbeitung und Umsetzung von Konzepten zur barrierefreien Ausrichtung denkbar. Siehe dazu auch die Ausführungen zum Umsetzungsschritt „Benennung eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus“ (in Kap. 7.2). Der Vertreter der Beratungsstelle sollte darüber hinaus Know-how-Transfer zu international wirkenden Einrichtungen (z.B. dem European Network for Accessible Tourism) suchen.

3. Etablierung eines „Stammtischs“ für barrierefreien Tourismus

Ein weiteres Mittel, um den Erfahrungsaustausch zwischen den Akteuren zu fördern, sind sogenannte Unternehmerstammtische. Eine solche Veranstaltung bietet in aufgelockerter Atmosphäre eine Plattform, um sich über neueste Entwicklungen auszutauschen und u.a. wichtige politische Themen zu besprechen und Kooperationen sowie Partnerschaften voranzutreiben. Hierzu sollten auch Vertreter der Politik (z.B. Referatsleiter Tourismus) geladen werden. Denkbar und sinnvoll ist auch der Erfahrungsaustausch mit benachbarten Tourismusregionen oder Best-Practice-Beispielen im barrierefreien Tourismus.

Das Thema barrierefreie Stadtentwicklung und *Tourismus für alle* könnte im Fokus stehen. Ein Beispiel für eine derartige Veranstaltung – jedoch ohne dauerhafte thematische Ausrichtung – ist z.B. der Brockenstammtisch. Denkbar ist auch die Ausgestaltung als Tourismusfrühstück.

Derartige Veranstaltungen sollten in regelmäßigen Abständen stattfinden. Die zeitlichen Abstände werden dadurch bestimmt, wie eng der thematische Fokus gefasst ist und wie stark die Entwicklungen in diesem Feld sind. Möglich ist auch eine auf den Tourismus

ausgerichtete Veranstaltungsreihe, wobei wechselnde, aber turnusmäßig wiederkehrende Themen behandelt werden. Als Turnus bietet sich einmal im Monat bis hin zu einmal im Quartal an.

4. Information über bzw. Wahrnehmung von Weiterbildungsangeboten

Die Mitarbeiter, die am „Erlebnis Urlaub“ mitwirken, sollten ein profundes Wissen darüber besitzen, welche Bedürfnisse die Gäste haben und wie diese erfüllt werden können. Dies lässt sich gut über Schulungsmaßnahmen realisieren. Da der Tourismus für Alle ein Wachstumsmarkt ist, sollten Schulungen etc. regelmäßig wiederholt werden, um stets auf Grundlage eines aktuellen Wissensstands das eigene Angebot voranzutreiben und Trends zu vermitteln.

Deutschlandweit bieten verschiedene Institutionen Weiterbildungen an, die den barrierefreien Tourismus betreffen bzw. tangieren. Eine kurze Übersicht, die jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, ist im Folgenden aufgeführt.

Abb. 29: Beispielhafte Weiterbildungsmöglichkeiten zum barrierefreien Reisen

Angebot	Zielgruppe des Angebotes	Themenschwerpunkte	Institution
Seminar „Reisen für Alle – Barrierefreiheit als Qualitäts- und Komfortmerkmal“ (Online-Schulung)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseunternehmen ▪ Hotel- und Gaststättengewerbe ▪ Sonstige 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedürfnisse und Umgang mit der jeweiligen Zielgruppe ▪ Barrieren für unterschiedliche Zielgruppen ▪ Hinweise zum Abbau bzw. Vermeidung von Barrieren ▪ Bedeutung des Marketings im barrierefreien Tourismus ▪ Zentrale Erfolgsfaktoren und Handlungsfelder ▪ Kooperationsmöglichkeiten 	<p>Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V.</p> <p>www.dsft-berlin.de</p>
Unterrichtsmaterial: Module für alle Sparten des Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anbieter im Tourismus ▪ Ausbilder zum/r Reiseverkehrskaufmann/-frau ▪ Studierende im Bereich Tourismus und Freizeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterbildung im Bereich »Tourismus für Alle« 	<p>NatKo</p> <p>Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.</p> <p>www.natko.de</p>
Offene Schulungen	<p>Servicemitarbeiter, Destinationsmanager, Mitarbeiter im Tourismussektor/Gastronomie und Hotelwesen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schulungen in den Themenbereichen Tourismus-Marketing und Barrierefreies Reisen ▪ NEU: offene Schulungen zum Thema Barrierefreies Reisen ▪ Beratung im Bereich Barrierefreies Reisen ▪ Projekt-Management im Tourismus-Marketing und im Bereich Barrierefreies Reisen 	<p>MosGiTo</p> <p>Gisela Moser</p> <p>www.mosgito.de</p>

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an ADAC (2003), S. 136, 137 und unter Anwendung der Quellen: Gisela Moser (Hg.) (2014), www.mosgito.de; Tourismus für Alle Deutschland e.V. (Hg.) (o.J.), www.natko.de; DSFT (Hg.) (2015), www.dsft-berlin.de.

Grundsätzlich ist auch eine eigens durchgeführte Veranstaltung in der Region möglich, die z.B. vom Beauftragten für barrierefreien Tourismus geplant, vorbereitet, durchgeführt und nachbereitet wird. Vorzugsweise sollten jedoch – insbesondere in der ersten Phase des Projektes – auf die umfangreichen Erfahrungen bekannter und anerkannter Anbieter wie der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. (NatKo) oder auch dem Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) zurückgegriffen werden. „Besonders erfolgversprechend ist die Integration von Inhalten des barrierefreien Tourismus in bereits bestehende Qualifizierungsmaßnahmen im Tourismus (Mainstreaming).“¹¹¹ Zuvor sollte ermittelt werden, wo derzeit Defizite bestehen, um somit Kenntnis darüber zu erlangen, welche Inhalte insbesondere geschult werden müssen.

¹¹¹ Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2013), www.eukoba.com.

In der ersten Phase der Projektumsetzung ist somit folgendes Vorgehen anzuraten:

1. Teilnahme des Beauftragten für barrierefreien Tourismus an anerkannten, bundes- oder länderweiten Weiterbildungsveranstaltungen, um die Erfahrungen authentisch an interessierte Unternehmen/Einrichtungen weitergeben zu können
2. Erfassung von aktuellen „Defiziten“ in der Region im Hinblick auf Service sowie den zwischenmenschlichen Umgang
3. Sammlung geeigneter Schulungsangebote auf Grundlage von 2.
4. Sammlung und Kontaktierung von Unternehmen, bei denen für derartige Weiterbildungsmaßnahmen womöglich Bedarf besteht
5. Sammlung regionaler, überregionaler und bundesweiter Weiterbildungsangebote und Übergabe dieser Liste an Unternehmen und Institutionen

Ergänzend kann auch der Endbericht der Europäischen Kommission „Mapping skills and training needs to improve accessibility in tourism services“ weiterführend zu Rate gezogen werden. Dieser Bericht widmet sich dem Qualifikationsbedarf sowie einer Übersicht über derzeit existierende Schulungsmaßnahmen.

5. Aufbereitung und Bereitstellung von Informationsmaterialien

Die Streuung von Informationen und Erfahrungen sollte nicht nur über Veranstaltungen erfolgen, sondern auch entsprechend aufbereitete Informationsmaterialien für Interessierte bereithalten. Dies bezieht sich sowohl auf Print- als auch Online-Informationen, die über festgelegte Informationskanäle in regelmäßigen Abständen zur Verfügung gestellt werden sollten. Ein möglichst aktueller Informationsfluss kann vorzugsweise über Online-Kommunikationskanäle wie Website, Newsletter etc. garantiert werden. Die Wissensressourcen sind an einer zentralen Stelle zu bündeln und einfach und verständlich zu kommunizieren.

Beispiele für derartige Broschüren sind an dieser Stelle aufgeführt:

Abb. 30: Beispiele von Informationsbroschüren für Akteure verschiedener touristischer Regionen



Quelle: Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (Hg.) (2013), www.sh-business.de; Tourismus NRW e.V. (Hg.) (2014), www.muensterland-tourismus.de

Eine Informationsflut ist an dieser Stelle ausdrücklich zu vermeiden! Bei der Aufbereitung der Informationen ist zu berücksichtigen, dass diese möglichst auf das Wesentliche beschränkt und prägnant formuliert sein sollten, um einen schnellen Überblick zu geben.

6. Teilnahme an Fachkongressen und Weiterverfolgung der Entwicklung eines barrierefreien Tourismus in Wettbewerbsregionen

Ein weiterer Aufgabenbereich, der der Wissensvermittlung zuzuordnen ist, ist die ständige eigene Weiterbildung und die Sichtung neuer Studien, um stets die neusten Erkenntnisse auf den Prozess der barrierefreien (Um)Gestaltung anwenden zu können. Aus diesem Grund sollte der Rahmen dafür geschaffen werden, dass der/die Beauftragte für Barrierefreiheit den entsprechenden Raum hat, um eigene Studien zu betreiben und an entsprechenden Veranstaltungen teilzunehmen. Beispielsweise findet jährlich eine Informationsveranstaltung zum Thema „Tourismus für Alle in Sachsen-Anhalt“ statt, die in Zusammenarbeit der Industrie- und Handelskammer mit der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt organisiert wird. Des Weiteren findet jährlich im Rahmen der Messe ITB Berlin eine nationale/internationale Konferenz zum Thema statt. Außerdem widmet sich auch die Europäische Kommission nach wie vor dem Thema Barrierefreier Tourismus (Accessible Tourism). Im vergangenen Jahr fand dazu beispielsweise eine internationale Fachtagung in Brüssel statt.

7. Einbindung in eigene Marktforschung

Durch die Integration des Themas in eigene tourismusspezifische Marktforschung können darüber hinaus Erkenntnisse gewonnen werden, die helfen, das eigene Angebot fortwährend zu verbessern. Hierbei bietet sich z.B. die Integration in eigene Gästebefragungen an oder aber auch die Beteiligung mit Sonderfragen im Rahmen anerkannter Erhebungen wie z.B. der Permanenten Gästebefragung (PEG). Siehe dazu auch die BMWi-Studie (2008).

7.10 Einbindung in die Kommunikation und den Vertrieb an den Gast

Nachdem die wesentlichen Grundvoraussetzungen geschaffen wurden (Infrastruktur, Qualifizierung der Mitarbeiter etc.), kann das Angebot in den Marketingmix der Tourismusorganisationen integriert, an die Besucher kommuniziert und in den Vertriebsprozess eingebunden werden.

Selbst wenn bauliche Barrieren beseitigt wurden, heißt das nicht automatisch, dass Gäste mit Einschränkungen kommen! Es gilt, das Angebot der Region gezielt über Kanäle zu kommunizieren, die die Zielgruppe auch erreichen. Eine Auswahl ist in diesem Leitfaden vorgestellt. Es gilt, die Barrierefreiheit als Qualitäts- und Komfortmerkmal zu kommunizieren. Die „Mund-zu-Mund-Propaganda“, also das „Weitererzählen“ von positiven und negativen Erlebnissen ist dabei besonders bei der Gruppe der Menschen mit Handicap wichtig und für die Kommunen kostengünstig.

Wesentlich erscheint grundsätzlich die Vermeidung des inflationären Gebrauchs des Begriffs „barrierefrei“. Darüber hinaus gilt es, ehrlich und ausführlich sowohl über beseitigte als auch über womöglich noch bestehende Hindernisse Auskunft zu geben. Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen sind bei der Vorbereitung und Durchführung einer Reise besonders stark auf Informationen angewiesen. Deshalb ist es essentiell, dass neben einer geschlossenen Mobilitätskette, eine geschlossene Informationskette sichergestellt wird (siehe dazu auch Kap. 7.4). „Gäste, die nach barrierefreien Angeboten suchen, sollten schon in den Standardmedien wichtige Hinweise finden. [Diese] (..) sollten attraktiv aufbereitet sein und in ausreichender [Informations]Tiefe zur Verfügung stehen. Der Einsatz neuer Medien wie Social Media ist schon jetzt von großer Bedeutung.“¹¹²

Checkliste Phase 10



1. Prüfung vorhandener Gästeinformationen auf Barrierefreiheit
2. Bereitstellung von Informationen
3. Kommunikation des Angebotes
4. Kommunikation der tatsächlichen Barrierefreiheit
5. Auswahl der Kommunikationsinstrumente

„Alles, was wir nicht barrierefrei machen können, erläutern wir!“

Aussage in Workshop von Prof. Dr. Axel Dreyer, Hochschule Harz

¹¹² Neumannconsult (Hg.) (2014), www.bagso.de.

1. Prüfung vorhandener Gästeinformationen auf Barrierefreiheit

Im Zuge der Realisierung eines barrierefreien Urlaubsziels sollten bereits verfügbare Informationsbroschüren und weitere Gästeinformationen hinsichtlich ihrer Barrierefreiheit geprüft werden.

Aufbereitung der Informationen für Printmedien

Bei der Gestaltung und Aufbereitung von Gästeinformationen in Printmedien bzw. im Zuge der touristischen Beschilderung ist darauf zu achten, dass sensorische Barrieren vermieden werden.

Die Informationen sind demzufolge wie folgt aufzubereiten:

- Klare, serifenlose Schriftart (z.B. Arial, Verdana, Helvetica)
- Schrift und Hintergrund hebt sich mit ausreichenden Kontrast voneinander ab
- Ausreichende Schriftgröße
- Übersichtlich (z.B. ausreichend Absätze)
- Blendfrei
- Entsprechende Farbgestaltung unter Berücksichtigung von Farbsehstörungen (Rot-/Grün-schwäche; partielle Farbenblindheit etc.)
- Ergänzende Informationen in Profilschrift und/oder Brailleschrift für Menschen mit Sehbehinderung oder Blinde; alternativ bietet es sich an, die Informationen auf CD bereitzustellen (siehe z.B. Thüringen barrierefrei)
- Bei Bedarf Alternativbroschüre mit einfachem Satzbau (ist für Menschen mit kognitiven Einschränkungen wichtig und für ausländische Gäste mit geringen Deutschkenntnissen bei mangelnden internationalen Broschüren hilfreich)

Aufbereitung der Informationen für Onlinemedien

Im Vergleich zur Gestaltung von Printmedien sind bei Onlinemedien einschlägige Rechtsvorschriften wie beispielsweise die Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV) zu berücksichtigen. Angelehnt an die Gestaltung der Printmedien, sollte auch beim Onlinegebrauch Folgendes berücksichtigt werden:

- Klare, serifenlose Schriftart (z.B. Arial, Verdana, Helvetica)
- Schrift und Hintergrund hebt sich mit ausreichenden Kontrast voneinander ab
- Ausreichende Schriftgröße bzw. Funktion zur Schriftgrößenanpassung auf der Website
- Einfache Navigation zu den Informationen
- Entsprechende Farbgestaltung unter Berücksichtigung von Farbsehstörungen (Rot-/Grün-schwäche; partielle Farbenblindheit etc.)
- Für Menschen mit Sehbehinderung oder Blinde sollten die Informationen auch durch eine Audio-Funktion abrufbar sein bzw. die Website so aufbereitet sein, dass sie die sogenannten Screenreader-Programme (Bildschirmleser-Programme) unterstützt (diese ermöglichen es blinden Menschen, sich eine Website vorlesen zu lassen)
- Eingebundene Videos sollten alternativ auch mit eingblendeten Gebärdendolmetschern bzw. mit Untertiteln speziell für Menschen mit Höreinschränkung oder Gehörlose aufbereitet werden

Darüber hinaus existieren weitere Anforderungen an online bereitgestellte Informationen. Detailliertere Hinweise können der BITV oder auch Webseiten wie www.einfach-barrierefrei.net oder www.barrierefrei-kommunizieren.de entnommen werden.

Grundsätzlich sollten die Informationen nach drei grundlegenden Prinzipien gestaltet bzw. verfügbar sein:

- **KISS-Prinzip – Keep it short and simple!**
Die Informationen sollten möglichst kurz, einfach und verständlich formuliert und vermittelt werden.¹¹³
- **Zwei-Kanal-Prinzip bzw. Zwei-Sinne Prinzip**
Dieses Prinzip verfolgt den Ansatz, dass alle Informationen über zwei Sinne wahrgenommen werden können. Die Begründung liegt darin, dass die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person zwei Sinne nicht vollständig nutzen kann, deutlich geringer ist; meist ist nur ein Sinn betroffen. Beispielsweise sollten akustische Signale auch visuell angezeigt werden.¹¹⁴
- **Selbstbestimmungsprinzip**
„Beim Selbstbestimmungsprinzip geht es darum, bei der Gestaltung einer Webseite nicht alles vorzugeben, sondern eine gewisse Flexibilität zu ermöglichen. Dies betrifft beispielsweise das Layout, die Schriftgrößen oder die Farben. Webseiten, die diese Flexibilität bieten, können auch von Anwendern mit speziellen Einstellungen, wie einem Hoch-Kontrast Farbschema oder einer sehr grossen Schrift, uneingeschränkt genutzt werden.“¹¹⁵

2. Bereitstellung von Informationen

Im Zuge eines Tourismus für Alle, der sich aufgrund der spezifischen Anforderungen speziell an Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen richtet, sind verschiedene Informationen bereitzustellen. Dazu zählen die Informationen über das Angebot, also alles, was zu einem Besuch des Reiseziels animieren kann sowie Informationen über die Gegebenheiten vor Ort (hinsichtlich Zugänglichkeit und Erlebbarkeit). Dabei sind einige Grundregeln zu berücksichtigen, die in den obigen Abschnitten bzw. dem angrenzenden Informationskasten aufbereitet sind. Besonders herauszustellen ist dabei, dass die gelieferten Informationen aktuell, detailliert und verlässlich sind! Es gilt, Informationen bereitzustellen, auf deren Grundlage der potenzielle Gast

Wie muss kommuniziert werden?

Grundsätzliche Kriterien für die barrierefreie Gestaltung und Bereitstellung von Informationen:

- **Einfachheit:** die Informationen sind für die Nutzer leicht auffindbar
- **Informationsbreite:** die Informationen betreffen die gesamte Servicekette
- **Verständlichkeit:** die Informationen orientieren sich in Bezug auf Gestaltung und Begrifflichkeit an übergeordneten Festlegungen
- **Informationssicherheit:** die Informationen sind geprüft und verlässlich
- **Zugänglichkeit:** die Informationen sind für die Gäste barrierefrei zugänglich
- **Aktualität:** Informationen sollten so aktuell wie möglich sein und regelmäßig gepflegt werden

Quelle: BMWi (Hg.) (2008), S. 121 nach Mallas & Neumann (Hg.) (2006)

¹¹³ Vgl. Der Paritätische NRW (Hg.) (2013), www.paritaet-nrw.org, S. 5.

¹¹⁴ Vgl. Moser, C.; Wieland, B. (2011): Zwei Sinne Prinzip, www.einfach-barrierefrei.net.

¹¹⁵ Moser, C.; Wieland, B. (2011): Selbstbestimmungsprinzip, www.einfach-barrierefrei.net.

einschätzen kann, ob die vorliegenden Angebote seinen Bedürfnissen und Erwartungen entsprechen und ob ggf. noch nicht beseitigte Barrieren für den Reisenden ein Hindernis darstellen. Die Aktualität und die Verlässlichkeit der Informationen wirken somit auf die Urlaubszufriedenheit ein.

3. Kommunikation des Angebotes

Die Kommunikation des Angebotes sollte, wie auch bei anderen Zielgruppen, attraktiv gestaltet über Themen, Motive und Lebensstile erfolgen (Bedienung von Emotionen). Es ist zu vermeiden, dass die Schwächen und Einschränkungen eines Menschen in den Vordergrund gestellt werden. Denn Barrierefreiheit selbst ist kein Reiseanlass. Daher ist es umstritten, ob das touristische Angebot, welches sich gezielt auf die Bedürfnisse der Menschen mit Handicap ausrichtet, in einer Spezialbroschüre (auch Special-Interest Broschüre genannt) zusammengestellt werden sollte. Auf Bundeslandebene sind derartige Broschüren weit verbreitet. Einige Beispiele sind in der nachstehenden Abbildung aufgeführt. Darüber hinaus bietet beispielsweise die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH seine Broschüre „Sachsen Barrierefrei“ kostenfrei auch als Hörfassung im DAISY-Format an, um auch sehbehinderten und blinden Reisegästen eine Übersicht über ihr Angebot zu gewähren.¹¹⁶ Der Vorteil einer Special-Interest Broschüre ist, dass ausführliche Informationen zu Zugänglichkeiten gegeben werden können, aber auch ergänzende Informationen wie die Lage und Öffnungszeiten von Sanitätshäuser, Hörgeräteakustikern etc. sind denkbar und hilfreich.

Abb. 31: Spezialbroschüren auf Bundeslandebene



Quelle: Thüringer Tourismus GmbH (Hg.), www.thueringen-tourismus.de; terra press GmbH in Kooperation mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hg.) (2014), www.barrierefrei-brandenburg.de; Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (Hg.) (2013), www.shop.sachsen-tourismus.de

Auch auf regionaler und städtischer Ebene hat sich der Einsatz von Broschüren eigens mit barrierefreien Angeboten eines Reiseziels scheinbar vielerorts durchgesetzt und bewährt. Im Folgenden sind einige Broschüren von Reisegebieten aus Sachsen-Anhalt vorgestellt.

¹¹⁶ Vgl. Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (Hg.) (2013), www.shop.sachsen-tourismus.de.

Abb. 32: Beispielhafte Spezialbroschüren von Regionen und Städten in Sachsen-Anhalt



Quelle: Fremdenverkehrsverband Halberstadt und Umgebung e.V. (Hg.) (2011), www.halberstadt.de; MMKT(Hg.) (2011), www.sachsen-anhalt-tourismus.de; Wernigerode Tourismus GmbH (Hg.) (2011), www.sachsen-anhalt-tourismus.de.

Eine andere Alternative ist die Einarbeitung von Hinweisen über Zugänglichkeit und Erlebbarkeit auch für Menschen mit Einschränkungen in die allgemeinen Werbeprospekte. Vorteilhaft ist dabei, dass dies (mehr) dem Inklusionsgedanken entspricht. Ein separater Flyer bietet hingegen mehr Raum und Gestaltungsmöglichkeiten, um den potenziellen Gast über Möglichkeiten und Grenzen des Angebotes und darüber hinaus über weitergehende Hinweise wie z.B. die Lage und Öffnungszeiten öffentlicher, behindertengerechter Toiletten zu informieren. Die Vor- und Nachteile beider Varianten sind – zusätzlich unter Kostengesichtspunkten – individuell abzuwägen.

Zu kommunizierende Angebote sind beispielsweise Pakete, die mehrere Leistungen bereits gebündelt zu einem fixen Preis kombinieren. Darüber hinaus ist über *Gästeführungen für Alle* zu informieren; dazu zählen beispielsweise Führungen für Menschen im Rollstuhl, Führungen, die von einem Gebärdendolmetscher durchgeführt bzw. begleitet werden oder auch Führungen für blinde und sehingeschränkte Personen, wenn die Erklärungen zu den touristischen Attraktionen direkt auf die Bedürfnisse zugeschnitten sind. Dabei muss nicht immer die Begleitung durch einen (zertifizierten) Gästeführer erfolgen. Es bietet sich auch an, Informationen zu verschiedenen Stationen in der Stadt (entlang des Gästepfades) in einem Video aufzubereiten und visuell durch Gebärdensprache zu ergänzen. Somit bietet sich das Video für Menschen mit Seheinschränkung/Blindheit, aber auch für gehörlose Menschen bzw. Höreingeschränkte an.

4. Kommunikation der tatsächlichen Barrierefreiheit

Ziel des barrierefreien Tourismus ist es, dem Gast das selbständige Reisen unabhängig von fremder Hilfe zu ermöglichen. Zum Teil werden bei der Vermarktung einzelner Regionen jedoch die Begrifflichkeiten „barrierefrei“ und „für alle“ beinahe inflationär gebraucht, ohne dass alle Regularien für alle Anspruchsgruppen eingehalten werden. Darüber hinaus existiert eine Fülle weiterer Begrifflichkeiten, die z.T. schwer einzuordnen sind: behindertengerecht,

bedingt rollstuhlgerecht, rollstuhlgeeignet, behindertenfreundlich, bedingt barrierefrei, rollstuhlgerecht, generationengerecht, Mobil mit Handicap, barrierearm etc. Es stellt sich somit verbreitet noch die Problematik der z.T. wenig eindeutigen oder vertrauenswürdigen Informationen, die durch die Anspruchsgruppen in Vorbereitung auf einen Aufenthalt geprüft werden müssen. Das schmälert die Vorfreude auf den Urlaub bereits zu Beginn. Aus diesem Grund sind Zertifizierungen nahezulegen (z.B. Kennzeichnungssystem Reisen für Alle), da diese transparent für Verlässlichkeit und geprüfte und kontrollierte Qualität stehen.

Neben der Kommunikation des touristischen Angebotes der Region sollte somit auch ehrlich und verlässlich Auskunft über womöglich noch bestehende Beschränkungen/Hindernisse gegeben werden. Insbesondere in Städten mit alter Bausubstanz ist die Einhaltung der Vorgaben für Barrierefreiheit zum Teil schwierig bis unmöglich (z.B. durch eine hohe Dichte denkmalgeschützter Gebäude, z.T. engere Straßenzüge, natürliche topografische Steigungen). Um den potenziellen Gast diesen großen Unsicherheitsfaktor zu nehmen, der auch zum Teil verantwortlich dafür ist, dass Menschen mit Handicap auf Reisen verzichten, sind mögliche Hindernisse bewusst und offen zu kommunizieren. Dadurch kann jede Person individuell entscheiden, ob sie die Reise unter Berücksichtigung der noch vorhandenen Barrieren antreten möchte/kann. Hinweise können beispielsweise sein, dass bei Besichtigung/Begehung einer Sehenswürdigkeit die Unterstützung durch eine Begleitperson anzuraten ist.

Die gedruckten Informationen sollten für Sehenswürdigkeiten, Kultureinrichtungen, Restaurants, Geschäfte etc. vorliegen. Ein Vorschlag ist ein Wegweiser für Menschen mit Einschränkungen, der u.a. auch Hinweise zu Reparaturdiensten für Rollstühle, Hörgeräte-Akustiker, Behindertenverbände etc. enthalten kann.

5. Auswahl der Kommunikationsinstrumente

Zur Erreichung der Kommunikationsziele stehen zahlreiche Instrumente zur Verfügung, wobei als klassische Instrumente der Kommunikationspolitik die Werbung und der Bereich Public Relation angesehen werden. Darüber hinaus sind auch die Präsenz auf Messen und bei Ausstellungen sowie die Durchführung von Events Möglichkeiten, um das Reiseziel und seine Angebote zu kommunizieren. Mit zunehmender Entwicklung der neuen Medien wurden die Kommunikationskanäle um die Instrumente Online- und Direktkommunikation ergänzt. Alles in allem können folgende Bereiche genutzt werden:

- Klassische Werbung (Mediawerbung)
- Persönliche Kommunikation/Verkaufsförderung
- Direktkommunikation (Direct Marketing)
- Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations
- Messe/Ausstellung
- Sponsoring/Event Marketing
- Multimedia Kommunikation (Online Marketing)¹¹⁷

¹¹⁷ Vgl. Meffert, H.; Bruhn, M. (2000), S. 349.

Eine erfolgreiche Kommunikationspolitik kann aber nur dann gewährleistet werden, wenn das richtige Produkt der richtigen Zielgruppe zur richtigen Zeit beworben wird! Daher gilt es zu prüfen, in welchen Kanälen meine Zielgruppe aktiv unterwegs ist, um diese dort gezielt anzusprechen. Wie Studien belegt haben, nimmt das Internet bei der Reisevorbereitung und vermehrt auch bei der Buchung einen wichtigen Stellenwert ein. Daher sind die Informationen auch verstärkt über Online-Kanäle zu streuen. Dies bezieht die Websites der Tourismusorganisationen ebenso ein, wie die Präsenz auf regionalen und überregionalen Plattformen für barrierefreies Reisen. Darüber hinaus ist auch die Zusammenarbeit mit (Spezial-)Reiseveranstaltern denkbar. Hierzu kurz einige Beispiele:

Online: Übergreifende Vermarktungsportale:

- DB Bahn – barrierefreie Reiseziele (<http://www.bahn.de/p/view/service/barrierefrei/reiseziele.shtml>)
- Arbeitsgemeinschaft "Barrierefreie Reiseziele in Deutschland" (www.barrierefreie-reiseziele.de) – bei Beitritt zur Arbeitsgemeinschaft
- Länderspezifische Portale (im Fall von Brandenburg www.barrierefrei-brandenburg.de)
- etc.

Online und Print: Zusammenarbeit mit (Spezial-)Reiseveranstaltern:

- Runa Reisen GmbH – Rollstuhl-Urlaub, Pflegehotels, Betreute Reisen
- rfb – Touristik Reisen für Behinderte
- Weitere Beispiele finden sich unter: [http://www.handicapx.com/sec_links/links.php?selections\[0\]=reisen&selections\[1\]=Reiseveranstalter&show_from=0#page_jump](http://www.handicapx.com/sec_links/links.php?selections[0]=reisen&selections[1]=Reiseveranstalter&show_from=0#page_jump)
- etc.

Print: Zeitschriften und Magazine

- Handicap – Das Magazin für Lebensqualität
- Rolling Planet – Behinderte Menschen, Senioren und andere Sensationen
- etc.

8 Die 10 Schritte der Umsetzung mit ihren Einzelmaßnahmen im Überblick

Zusammenfassend finden Sie die in den Punkten 7.1 bis 7.10 vorgestellten Einzelmaßnahmen in der nachstehenden Übersicht. Zu berücksichtigen ist, dass die Maßnahmen ablaforientiert zusammengestellt worden sind und daher unterschiedliche Wertigkeiten aufweisen können.

1. Nachhaltige Verankerung in der strategischen Planung

Im Projekt bedarf es langfristiger und tragfähiger Entwicklungsschritte. Die strategische Planung bildet demnach die Grundlage des Vorhabens und dient bei entsprechender Zielsetzung der kontinuierlichen Entwicklung und der nötigen Nachhaltigkeit des Themas in der Kommune.

- (1) Berücksichtigung von Barrierefreiheit in Tourismuskonzeptionen und Projektausschreibungen
- (2) Zentrale Projektsteuerung und strategische Planung

2. Bekenntnis der Entscheidungsträger und Festlegung der Zielgruppen

Ohne Unterstützer und „Kümmerer“ geht es nicht! Die Umsetzung eines barrierefreien Tourismus ist neben den finanziellen Mitteln vom Engagement eines sehr heterogenen Personenkreises von Unterstützern unterschiedlichster Branchen abhängig. Es gilt, diese an einen Tisch zu holen und von dem Vorhaben zu überzeugen.

- (1) Bereitstellung finanzieller Ressourcen
- (2) Ernennung eines Beauftragten für barrierefreien Tourismus
- (3) Ermittlung und Ansprache der relevanten Entscheidungsträger in der Kommune und im Land
- (4) Auftaktgespräch zur Zielfestlegung und Benennung der Projektzielgruppen
- (5) Unterzeichnung einer symbolischen Absichtserklärung zur Unterstützung des Vorhabens

3. Einbeziehung relevanter Akteure und nachhaltige Netzwerkarbeit

Die frühzeitige Einbeziehung relevanter Akteure knüpft an 2. an und schließt deren Sensibilisierung für das Thema ein. Gleiches gilt für die örtliche Bevölkerung.

Die Mobilisierung relevanter Akteure leistet einen wesentlichen Beitrag zum positiven Projektverlauf. Barrierefreiheit entsteht nicht von heute auf morgen. Regelmäßige Treffen einer Arbeitsgemeinschaft stellen eine kontinuierliche Arbeit sicher.

- (1) Aufbereitung einer Adressliste relevanter Unternehmer und Vertreter von Organisationen, die am Tourismus partizipieren
- (2) Planung und Durchführung einer Informationsveranstaltung
- (3) Bildung einer Arbeitsgemeinschaft interessierter Akteure
- (4) Sicherstellung der Nachhaltigkeit der Arbeitsgruppentreffen
- (5) Informationsbereitstellung und Sensibilisierung der Bevölkerung durch Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

4. Erarbeitung idealtypischer Gästepfade

Die (vorläufige) Konzentration auf ausgewählte Gästepfade hilft bei der Sicherstellung geschlossener Mobilitäts- und Informationsketten und ist – bei kontinuierlicher Erweiterung – eine Methode zur Erzielung einer umfassenden und lückenlosen barrierefreien (Um-)Gestaltung einer Kommune.

- (1) Identifizierung eines geeigneten Themas/eines typischen Reiseverlaufs, an dem sich der Gästepfad ausrichtet
- (2) Zuordnung relevanter Betriebe gemäß den Stationen der touristischen Servicekette (siehe hierzu Kap. 5)
- (3) Auswahl einzubeziehender Betriebe/Attraktionen bei Arbeitsgruppentreffen
- (4) Visualisierung der Stationen des Gästepfades in Stadtplan
- (5) Festlegung der „Verbindungswege“ (Wege zwischen den einzelnen Stationen der Servicekette)
- (6) Vorstellung der Ergebnisse

5. Status-Quo Ermittlung auf Grundlage von Anforderungsprofilen

Voraussetzung zur Identifizierung des Handlungsbedarfs ist eine sorgfältige Analyse der Zugänglichkeit des Reisegebietes selbst sowie aller touristischen Einrichtungen und Angebote vor Ort.

- (1) Kenntnisse über Zielgruppen und deren Anforderungsprofil erlangen (siehe hierzu Kap. 3)
- (2) Checklisten erarbeiten bzw. zugrunde legen
- (3) Ermittlung des Status-Quo durch Vor-Ort-Begehung

6. Auswahl und Festlegung der Maßnahmen

Grundlegend lassen sich drei wesentliche Handlungsfelder benennen, die in 8., 9. und 10. detailliert vorgestellt werden. Zur Vermeidung unnötiger Ausgaben sind die Maßnahmen mit Verantwortlichkeiten, Fristen und Prioritäten zu belegen.

- (1) Selbstkontrolle und Festlegung der Maßnahmen
- (2) Aufbereitung als Maßnahmenübersicht

7. Fördermittelakquisition

In vielerlei Hinsicht kann die gleichberechtigte Teilhabe aller Menschen in einer Kommune auch durch kostengünstige Änderungen unterstützt werden. Dennoch benötigen insbesondere bauliche Anpassungen finanzielle Budgets. Durch Generierung von Fördermitteln kann eine Kommune bei dem Vorhaben der barrierefreien (Um-)Gestaltung ggf. finanzielle Unterstützung erhalten.

- (1) Prüfung der Fördermöglichkeiten

8. Bauliche Umsetzung

Die Umsetzung ermittelter baulicher Maßnahmen ist die Grundlage für eine barrierefreie Ausrichtung einer Kommune. Dies umfasst die Zugänglichkeit zu Gebäuden und Verkehrsmitteln, die Benutzbarkeit von Straßen und Wegen sowie Anpassungen der touristischen Beschilderungen und Leitsysteme.

- (1) Anpassung der baulichen Infrastruktur
- (2) Touristische Beschilderung & Leitsysteme

9. Wissenstransfer und Qualifizierung der Anbieter

Barrierefreier Tourismus ist ein komplexes Thema und erfordert ein umfassendes Know-How seitens der Leistungsträger und Kommunen. Der Wissenstransfer innerhalb der Arbeitsgemeinschaft ist grundlegend, weil der Informationsstand unterschiedlich ist.

- (1) Organisation einer erweiterten Informationsveranstaltung in der Kommune
- (2) Einrichtung einer Beratungsstelle für die individuelle Beratung von Leistungsträgern und anderen Akteuren
- (3) Etablierung eines „Stammtischs“ für barrierefreien Tourismus
- (4) Information über bzw. Wahrnehmung von Weiterbildungsangeboten
- (5) Aufbereitung und Bereitstellung von Informationsmaterialien
- (6) Teilnahme an Fachkongressen und Weiterverfolgung der Entwicklung eines barrierefreien Tourismus in Wettbewerbsregionen
- (7) Einbindung in eigene Marktforschung

10. Einbindung in die Kommunikation und den Vertrieb an den Gast

Die Kommunikation und der Vertrieb des Angebotes an den Gast ist der letzte Schritt und erst möglich, wenn die entsprechenden baulichen Anpassungen abgeschlossen sind und eine geschlossene Mobilitäts- und Informationskette sichergestellt ist. Es gilt das richtige Produkt bei der richtigen Zielgruppe zur richtigen Zeit und in entsprechender Aufmachung zu bewerben. Dies bezieht Printmedien und Online-Medien gleichermaßen ein.

- (1) Prüfung vorhandener Gästeinformationen auf Barrierefreiheit
- (2) Bereitstellung von Informationen
- (3) Kommunikation des Angebotes
- (4) Kommunikation der tatsächlichen Barrierefreiheit
- (5) Auswahl der Kommunikationsinstrumente

9 Literatur

- ADAC - Allgemeiner Deutscher Automobil Club e.V. (Hg.) (2003): Barrierefreier Tourismus für Alle – Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote, URL: http://www.behindertenbeauftragte-oal.de/fileadmin/redakteur1/Planungshilfe_Barrierefreier_Tourismus_komplett_ADAC.pdf, Download am 08.05.2014.
- Aktion Mensch e.V. (Hg.) (2004): Einfach für Alle - Kognitive Behinderungen, URL: <http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/kognitive-behinderungen/2/>, Abruf am 18.11.2014.
- Aktion Mensch e.V. (Hg.) (2010), Bonn: BIENE - der Wettbewerb, der seit 2003 die besten barrierefreien Angebote im Internet auszeichnet, URL: <http://www.biene-award.de/>, Abruf am 26.03.2015.
- AOK -, AOK-Bundesverband GbR, (Hg.) (2015): 3. Dezember 2015 Internationaler Tag für Menschen mit Behinderungen, URL: http://www.aok-bv.de/presse/gesundheitsstage/index_00588.html, Abruf am 18.11.2014.
- Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen (Hg.) (2014): Behindertengleichstellungsgesetz, URL: http://www.behindertenbeauftragte.de/DE/Themen/RechtlicheGrundlagen/Behindertengleichstellungsgesetz/Behindertengleichstellungsgesetz_node.html#doc1825714bodyText2, Abruf am 25.11.2014.
- BIK - barrierefrei informieren und kommunizieren (Hg.) (2015), URL: <http://www.bitv-test.de/startseite.html>, Abruf am 26.03.2015.
- BKB - Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2014), Berlin: Zielvereinbarung mit der Thüringer Stiftung Schlösser und Gärten, URL: http://www.barrierefreiheit.de/denkmalerschutz_und_barrierefreiheit.html, Abruf am 15.01.2015.
- BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.) (2013): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen – Band 5: Kurzreport Barrierefreiheit, Berlin.
- BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.) (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung, Berlin.
- Schrader, R.; Frank, G. (2013): Vorstellung des neuen Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“, Vortrag beim Fachkongress „Tourismus für Alle“ am 28.06.2013, URL: http://www.deutschland-barrierefrei-erleben.de/wp-content/uploads/2013/07/130628_Schrader_DSFT_Frank_NatKo_Teil_11.pdf, Download am 12.08.2014.
- BMWA - Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (Hg.) (2003): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle, Münster, Berlin.
- BMSG - Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.) (2003): Qualitätskriterien im Tourismus für Behinderte und ältere Menschen, Wien.
- BMUB – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (Hg.) (2014): Leitfaden Barrierefreies Bauen, URL: http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/barrierefreies_bauen_leitfaden_bf.pdf, Download am 15.01.2015.

- Buhalis, D; Eichhorn V.; Michopoulou, E.; Miller, G. (2005): Accessibility Market and Stakeholder Analyses – One-Stop-Shop für Accessible Tourism in Europe, URL: http://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf, Download am 15.10.2014.
- Bundesverband evangelische Behindertenhilfe e.V. (Hg.) (2014): Speisekarte ohne Barrieren, URL: <http://www.mitmenschpreis.de/bewerber/speisekarte/>, Abruf am 18.11.2014.
- Bundesvereinigung Lebenshilfe e.V. (Hg.) (2004): Die Lebenshilfe-Kampagne: Üben Sie mal Toleranz, URL: <http://www.lebenshilfe.de/de/themen-recht/artikel/die-lh-kampagne-.php>, Abruf am 21.10.2014.
- Bündnis 90/Die Grünen im Rhein-Kreis Neuss (Hg.) (o.J.): Neuss: Behinderte werden behindert, URL: http://gruene-rhein-kreis-neuss.de/themen/soziales/behinderte-menschen/090821_galerie_barrierefreiheit.html, Abruf am 26.03.2015.
- BVA - Berufsverband der Augenärzte Deutschlands e.V. (Hg.) (2011): Wenn die Welt weniger bunt ist, Pressemitteilung vom 15.02.2011, URL: <http://cms.augeninfo.de/hauptmenu/presse/aktuelle-presseinfo/pressemitteilung/article/wenn-die-welt-weniger-bunt-ist-1.html>, Abruf am 07.08.2014.
- Caritas (Hg.) (2011): Caritas-Kampagne 2011, URL: <http://www.presseportal.de/pm/50773/1746400/kampagne-2011-kein-mensch-ist-perfekt-caritas-macht-auf-anliegen-behinderter-menschen-aufmerksam>, Abruf am 18.11.2014.
- DB – Deutsche Bahn (Hg.) (2011): 6.d Unentgeltliche Beförderung nach § 147 Abs. 1 SGB IX für schwerbehinderte Menschen, URL: http://www.bahn.de/p/view/service/barrierefrei/barrierefreies_reisen_handicap.shtml#6b, Abruf am 15.01.2014.
- DBSV - Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (Hg.) (2014): Das Zahlen-Dilemma, URL: <http://www.dbsv.org/infothek/zahlen-und-fakten/#c922>, Abruf am 07.08.2014.
- DESTATIS - Statistisches Bundesamt (Hg.) (2014a): 7,5 Millionen schwerbehinderte Menschen leben in Deutschland, Pressemitteilung vom 29.07.2014, URL: https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/07/PD14_266_227.html, Abruf am 09.10.2014.
- DESTATIS - Statistisches Bundesamt (Hg.) (2014b): Statistik der schwerbehinderten Menschen 2013, URL: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Gesundheit/BehinderteMenschen/SozialSchwerbehinderteKB5227101139004.pdf?__blob=publicationFile, Download am 09.10.2014.
- DESTATIS - Statistisches Bundesamt (Hg.) (2013): Schwerbehinderte Menschen am Jahresende, URL: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Gesundheit/Behinderte/Tabellen/GeschlechtBehinderung.html>, Abruf am 09.10.2014.
- DESTATIS - Statistisches Bundesamt (Hg.) (2009): 12. koordinierte Bevölkerungsvorberechnung, URL: <https://www.destatis.de/bevoelkerungspyramide/>, Abruf am 09.10.2014.
- Deutscher Gehörlosen-Bund e.V. (Hg.) (o.J.), Berlin: Gehörlosigkeit, URL: http://www.gehoerlosen-bund.de/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=101&lang=de, Abruf am 23.05.2014.
- Deutscher Museumsbund e.V. (Hg.) (2013), Berlin: Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion, URL: <http://www.museumsbund.de/>

- fileadmin/geschaeffts/dokumente/Leitfaeden_und_anderes/DMB_Barrierefreiheit_digital_131120.pdf, Download am 05.10.2014
- Deutsches Institut für Menschenrechte e. V. (Hg.) (o.J.), Berlin: Behindertenrechtskonvention (CRPD), URL: <http://www.institut-fuer-menschenrechte.de/menschenrechtsinstrumente/vereinte-nationen/menschenrechtsabkommen/behindertenrechtskonvention-crpd.html#c1945>, Abruf am 20.06.2014.
- Deutscher Bildungsserver (Hg.) (2013): Erklärung von Barcelona, URL: <http://www.bildungsserver.de/db/mlesen.html?Id=22142>, Abruf am 15.01.2015.
- DEHOGA (Hg.) (2005), Berlin: Zielvereinbarung zur Barrierefreiheit im Gastgewerbe, URL: <http://www.dehoga-bundesverband.de/branchenthemen/barrierefreiheit/zielvereinbarung-zur-barrierefreiheit/>, Abruf am 23.09.2014.
- DEHOGA (Hg.) (2010): Handbuch Barrierefreiheit in Hotellerie und Gastronomie, URL: <http://www.dehoga-bundesverband.de/branchenthemen/barrierefreiheit/handbuch-barrierefreiheit-in-hotellerie-und-gastronomie/>, Abruf am 23.09.2014.
- Der Paritätische NRW (Hg.) (2013), Wuppertal: Der Barriere-Checker , URL: http://www.paritaet-nrw.org/content/presse/veroeffentlichungen/barriere_checker/e47705/Barriere-CheckerNRWbarrierefrei.pdf, Download am 15.01.2015.
- Dreyer, Axel; Dehner, Christian (2003): Kundenzufriedenheit im Tourismus - Entstehung, Messung und Sicherung mit Beispielen aus der Hotelbranche, 2. Auflage, München.
- Dreyer, Axel; Servicequalität in: Geyer, Hardy; Manschwetus, Uwe (Hg.) (2008): Kulturmarketing, München.
- DRV – Deutscher ReiseVerband (Hg.) (o.J.): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen – Barrierefreiheit, URL: http://www.tourismus-fuersland.de/Downloads/Checklisten/DRV_Handlungsfeld_Barrierefreiheit_Checklisten.pdf, Download am 22.08.2014
- DSB – Deutscher Schwerhörigenbund e.V. (Hg.) (o.J.): Wir über uns, URL: http://www.schwerhoerigen-netz.de/MAIN/dsb_intern.asp, Abruf am 12.08.2014.
- DSFT - Deutsches Seminar für Tourismus Berlin e. V. (Hg.) (2014): Projektbeschreibung: Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland, URL: <http://www.deutschland-barrierefrei-erleben.de/index.php/tourismus-fur-alle/beschreibung/>, Abruf am 23.05.2014.
- Duden - Bibliographisches Institut GmbH (Hg.) (2013), Berlin: Pauschalreise, URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Pauschalreise>, Abruf am 20.08.2014.
- DZT - Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (Hg.) (2015): Tag des barrierefreien Tourismus am 7. März , ITB Berlin, URL: <http://www.germany.travel/de/barrierefreies-reisen/barrierefreies-reisen/tag-des-barrierefreien-tourismus.html>, Abruf am 26.03.2015.
- Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2013): Erfolgsfaktoren im Barrierefreien Tourismus für Alle, URL : <http://www.eukoba.com/themen/engagement-der-entscheidungstraeger.html>, Abruf am 23.10.2014.
- Euregio Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit e.V. (Hg.) (2013): Erfolgsfaktoren im Barrierefreien Tourismus für Alle, URL : <http://www.eukoba.com/themen/engagement-der-entscheidungstraeger.html>, Abruf am 23.10.2014.

- European Commission (Hg.) (2014): Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report Summary, URL: <http://www.accessibletourism.org/resources/toolip/doc/2014/07/06/study-a-economic-impact-and-travel-patterns-of-accessible-tourism-in-europe---fi.pdf>, Download am 23.10.2014.
- European Commission (Hg.) (2014): Mapping skills and training needs to improve accessibility in tourism services – Final Report, URL: ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5568/attachments/1/translations/en/renditions/native, Download am 23.10.2014.
- European Commission (Hg.) (2004): Improving information on accessible tourism for disabled people, URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf, Download am 23.10.2014.
- Europäische Kommission (Hg.) (2013): TOOLKIT für das Europäische Tourismusindikatoren-system, URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/documents_indicators/eu_toolkit_indicators_de.pdf, Download am 23.10.2014.
- Freistaat Thüringen (Hg.) (2007): Kommunale Behindertenbeauftragte des Freistaates Thüringen, URL: http://www.thueringen.de/imperia/md/content/landesbehindertenbeirat/adressen_kommunale_behindertenbeauftragte.pdf, Abruf am 26.03.2015.
- Fremdenverkehrsverband Halberstadt und Umgebung e.V. und Halberstadt Information (Hg.) (2013): Reiseführer für Menschen mit Handicap, URL: http://www.halberstadt.de/media/pdf/tourismus/behindertenfuehrer_klein.pdf, Download am 26.03.2015.
- F.U.R Reiseanalyse - Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel (Hg.) (o.J.), URL: <http://www.fur.de>
- HyperJoint GmbH (Hg.) (2014), Berlin: Forum Denkmalschutz, URL: <http://nullbarriere.de/forum/denkmalschutz.htm>, Abruf am 30.03.2015.
- ITB - World Travel Trends Report 2012/2013 (Hg.) (2012): World Travel Trends Report 2012/2013, URL: http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/121213_ITB%20World%20Travel%20Trends%20Report%202012_2013.pdf, Download am 26.06.2014.
- Institut für Verkehr und Raum der Fachhochschule Erfurt (Hg.) (2005): Planungsleitfaden für die barrierefreie Gestaltung von Wanderwegen, URL: <http://apps.thueringen.de/de/publikationen/pic/pubdownload678.pdf>, Download am 19.11.2014.
- Landeshauptstadt Magdeburg (Hg.) (2013): Behindertenbeauftragter, URL: <http://www.magdeburg.de/index.php?object=tx|37.6876.1&ModID=9&FID=37.106.1>, Abruf am 26.03.2015.
- Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred (2000): Dienstleistungsmarketing - Grundlagen, Konzepte, Methoden, 3. Auflage, Wiesbaden.
- Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus (Hg.) (2014), Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2020, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt u. Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) (2002): „Tourismus für Alle“ - Handbuch barrierefreier Tourismus in Sachsen-Anhalt, Calbe.

- Moser, Gisela (Hg.) (2014), Michelfeld: Schulungen – Themenbereich Barrierefreies Reisen, URL: <http://www.mosquito.de/leistungen/schulungen/>, Abruf am 30.03.2015.
- Moser, Christian; Wieland, Beat (2011): Masterarbeit der HSR Hochschule für Technik Rapperswil und Universität Basel – Barrierefreiheit einfach erklärt, URL: http://www.einfach-barrierefrei.net/umsetzen/grundlagen/zwei_sinne_prinzip.html, Download am 23.10.2014.
- MMKT - Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (Hg.) (2011): Barrierefreier Tourismus in Magdeburg, URL: http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/fileadmin/dokumente/pdf/MD_barrierefrei_2011__1_.pdf, Download am 26.03.2015.
- NatKo - Tourismus für Alle Deutschland e.V. (Hg.) (2014), Düsseldorf: Barrierefreies Reisen, URL: <http://www.natko.de/>, Download am 30.03.2015.
- Nationalpark Harz (Hg.) (2015), Wernigerode, URL: <http://www.nationalpark-harz.de/>, Download am 26.03.2015.
- Neumannconsult (Hg.) (2014), Studie Ökonomische Bedeutung barrierefreier Tourismus in Europa, URL: http://www.bagso.de/fileadmin/Aktuell/Newsletter/2014/NeumannConsult_-_OEkonomische_Bedeutung_barrierefreier_Tourismus_in_Europa-1.pdf, Download am 07.01.2015.
- Praetor Intermedia UG (Hg.) (o.J.), Bonn: Informationsplattform zur UN-Behindertenrechtskonvention: Teilnahmen am kulturellen Leben, URL: <http://www.behindertenrechtskonvention.info/teilnahme-am-kulturellen-leben-3939/> (hieraus stammt wörtliches Zitat), Abruf am 30.05.2014.
- Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (Hg.) (o.J.): Auf dem Weg zum Barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz – Informationen für Regionen, Orte und Betriebe, Koblenz.
- Slawinski, Niki (2005), URL: <http://www.barrierefreies-webdesign.de/spezial/internet-hoeren-und-fuehlen/entwicklung-von-kommunikationshilfsmittel.html> und <http://www.barrierefreies-webdesign.de/bitv/bitv-2.0.html>, Abruf am 21.08.2014.
- Stiftung MyHandicap gemeinnützige gmbh (Hg.) (2015): Der Rollstuhl – Mobilität für Menschen mit Handicap, URL: <http://www.myhandicap.de/rollstuhl.html>, Abruf am 07.02.2015.
- Stadt Solingen, Behindertenbeirat Solingen (Hg.) (o.J.): Erklärung von Barcelona (1995), URL: http://www2.solingen.de/C12572F80037DB19/html/33C9E749EFA83131C12573A30043C338?opendocument&nid1=46157_32216, Abruf am 09.02.2015.
- Scandic Hotels AB (Hg.) (o.J.): Botschafter für Menschen mit Beeinträchtigungen, URL: http://www.scandichotels.de/Global/Accessibility%20broschure/Scandic_Bei%20Scandic%20ist%20jeder%20willkommen.pdf, Download am 09.02.2015.
- Schweizerischen Fachstelle für behindertengerechtes Bauen (Hg.) (2004): Hindernisfrei in Franken und Rappen – Wie viel kostet hindernisfreies Bauen in der Schweiz?, URL: http://www.hindernisfrei-bauen.ch/kosten/Bau_Korr_RZ1.pdf, Download am 08.01.2015.
- Smikac, H. (2014): Barrierefreier Tourismus für Alle, Vortrag bei der Informationsveranstaltung „Tourismus für Alle“ in Sachsen-Anhalt am 14.10.2014 in Halle (Saale), URL: http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/fileadmin/dokumente/user_upload/Impulsreferat_Hartmut_Smikac.pdf, Download am 15.12.2014.
- Stabsstelle für demografische Entwicklung und Prognosen des Ministeriums für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) (2013): Demografie

- Sachsen-Anhalt 2013, URL: http://www.demografie.sachsen-anhalt.de/fileadmin/Bibliothek/Politik_und_Verwaltung/MLV/Demografieportal/Dokumente/2013_04_25_Demografie_Bericht_LT.pdf, Download am 23.10.2014.
- Terra press GmbH in Kooperation mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hg.) (2014), Berlin: Brandenburg für alle – Barrierefrei reisen, URL: http://www.barrierefrei-brandenburg.de/fileadmin/user_upload/tmb_upload/dokumente/Broschuere_Brandenburg_fuer_alle_2015.pdf, Abruf am 13.01.2015.
- Thüringer Tourismus GmbH (Hg.) (o.J.) Erfurt: Thüringen barrierefrei – Reisetipps und Freizeitangebote, URL: <http://www.thueringen-tourismus.de/urlaub-hotel-reisen/prospekte-120158.html>, Abruf am 13.01.2015.
- Tourismus NRW e.V. (Hg.) (2014), Düsseldorf: Praktikerleitfaden – Barrierefreier Tourismus in NRW, URL : http://www.muensterland-tourismus.de/925609/Barrierefreier_Tourismus-NRW-Praktikerleitfaden.pdf, Download am 22.01.2015.
- Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (Hg.) (2013): Barrierefreier Tourismus in Schleswig-Holstein, URL: <http://www.sh-business.de/download.php?artid={3cdd9339-aeba-d8e4-4520-851e18351b5c}>, Download am 23.10.2014.
- Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (Hg.) (2013): Sachsen Barrierefrei, URL: <http://shop.sachsen-tourismus.de/catalog/product/gallery/id/116/image/182/>, http://issuu.com/urlaubsland_bw/docs/tmbw_bf_internet2013, Download am 13.01.2015.
- Wernigerode Tourismus GmbH (Hg.) (2011): Barrierefreie Angebote, URL: http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/fileadmin/dokumente/pdf/Barrierefrei_Broschuere_Wernigerode.pdf, Download am 26.03.2015.

*Eine weiterführende Literaturliste kann folgendem Link entnommen werden:
<http://www.natko.de/index.php/lesetipps/literatur>*