Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.

Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen

Band 5: Kurzreport Barrierefreiheit

Impressum

Herausgeber
Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Stand
Februar 2013

Gestaltung und Produktion
PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis
peppi18 – shutterstock (Titel, S. 11), Kzenon – Fotolia (S. 4), Dominik Ketz – Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (S. 8), Claus Mikosch – Shutterstock (S. 13), s_john79 – iStockphoto (S. 14)

Text und Redaktion
PROJECT M GmbH
Andreas Lorenz, Hagen Melzer
Jan Schiefer
www.projectm.de

Projektträger
Deutscher ReiseVerband e. V. (DRV)
Schicklerstraße 5-7
10179 Berlin
Projektleitung: Hans-Gustav Koch
Projektkoordination: Walter Krombach
www.drv.de

Projektdurchführung
PROJECT M GmbH unter wissenschaftlicher Mitwirkung des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Inhaltsverzeichnis

1. Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen: Einführung 2

2. Barrierefreiheit: Ausgangssituation und Herausforderungen 4

3. Schlüsselstrategien und Best Practice 7

4. Fazit 16

1. Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen: Einführung

Projekt „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“

Wie funktioniert Tourismus in ländlichen Räumen? Welche Voraussetzungen müssen von der öffentlichen Hand und von privaten Anbietern erfüllt werden? Wie sehen erfolgreiche Angebote aus? Welche Vertriebswege sind zielführend und warum? Wie lassen sich neue Ansätze für Kooperation und Zusammenarbeit umsetzen? Diesen Fragen ist das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte und vom Deutschen ReiseVerband (DRV) durchgeführte Projekt „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ nachgegangen. Das Tourismussystem ländlicher Räume wurde analysiert, Chancen und Herausforderungen bewertet, übergreifende Handlungsfelder benannt, Schlüsselstrategien und Erfolgsfaktoren abgeleitet und in kompakte Checklisten für alle am Tourismus Beteiligten übersetzt. Mehr als 450 Praxisbeispiele wurden dabei einbezogen. Die Ergebnisse sind in einem Leitfaden zusammengefasst. Zehn Kurzreports zu den Handlungsfeldern vertiefen dessen Aussagen.

Kurzreport „Handlungsfeld Barrierefreiheit“

Dieser Kurzreport enthält spezielle Information und Empfehlungen zum Handlungsfeld Barrierefreiheit. Nach einer Beschreibung der Ausgangsituation und Herausforderungen werden Schlüsselstrategien und Erfolgsfaktoren anhand bester Praxisbeispiele erläutert. Checklisten bieten Orientierung und Impulse für das eigene Handeln.

Alle Informationen zum Projekt, zum Download von Leitfaden, diesem und aller weiteren Kurzreports stehen unter www.tourismus-fuers-land.de und www.bmwi.de zur Verfügung.

Tourismus in ländlichen Räumen umfasst weit mehr als „Urlaub auf dem Bauernhof“. Gemeint sind alle Angebotsformen und -themen, die außerhalb städtischer Ballungsräume und im Wesentlichen in kleineren Gemeinden bis zu 5.000 Einwohnern stattfinden.

Eine Reihe an **Potenzialen** und Entwicklungen beeinflusst die touristische Entwicklung ländlicher Räume positiv (vgl. Leitfaden S. 8–11): Natur, Regionalität und Nachhaltigkeit werden für die zunehmend älter werdenden Nachfrager bedeutsam. Das steigende Interesse der Reisebranche an ländlichen Räumen führt zu einer Verdichtung des Angebots. Neue Möglichkeiten eröffnen sich für Kommunikation und Vertrieb der Vielfalt kleiner Angebote im Online-Bereich.

Tourismus in ländlichen Räumen steht jedoch auch vor großen **Herausforderungen** (vgl. Leitfaden S. 15–22): Landflucht und demographische Entwicklung gefährden die Grundversorgung vieler Regionen. Die Budgets der öffentlichen Hand sinken. Es mangelt an Fachkräften. Die Natur- und Kulturlandschaft ist im Wandel, die Interessen von Tourismus, Landwirtschaft und Energiewirtschaft sind auszugleichen. Die kleinteilige verstreute Anbieterstruktur erschwert professionelles Wirtschaften und Kooperieren. Die Organisationsstrukturen im öffentlichen Tourismusmarketing aller Ebenen sind vielerorts nicht an den Aufgaben orientiert und aufeinander abgestimmt.

Die Aufgaben der Zukunft konzentrieren sich daher auf zehn übergreifende Handlungsfelder. Diesen sollten sich je nach Voraussetzung Anbieter, Vermarkter, Politik und Verwaltung gleichermaßen stellen.

Zehn Handlungsfelder für den Tourismus in ländlichen Räumen

- **Nachhaltige touristische Entwicklung ländlicher Lebensräume:** Die natürlichen Grundlagen sind zu erhalten, regionale Identität als Basis für Standortqualität und touristische Attraktivität zu stärken.
- **Produktinszenierung:** Durch Inszenierung von Erlebnissen werden Angebote mit Mehrwert geschaffen.
- **Stärkung und Weiterentwicklung von Netzwerken:** Nur so können Wertschöpfungsketten verlängert werden. Vor allem kleine Partner profitieren hiervon.
- **Infrastruktur und Investitionsmanagement:** Kristallisationspunkte müssen geschaffen werden, um Reiseanlässe zu generieren und Folgeinvestitionen zu ermöglichen. Besondere Bedeutung kommt der Verknüpfung mit Markenstrategien zu.
- **Markenbildung:** Marken sorgen für Vertrauen beim Gast, Sicherheit für den Unternehmer und eine hohe Marktdurchdringung. Es handelt sich um eine zentrale Aufgabe des regionalen Tourismusmarketings.
- **Kommunikation und Vertrieb:** Die Chancen liegen im Online-Bereich. Die Einbindung starker privater Partner im Vertrieb wird bedeutsamer. Anbieter und DMO sind umfassend zu qualifizieren.
- **Organisationsstrukturen:** Aufgabenorientierte Organisationsansätze werden im öffentlichen Tourismusmarketing erforderlich.
- **Fachkräftesicherung und -professionalisierung:** Qualifiziertes und motiviertes Personal ist Voraussetzung für jeden Dienstleistungsbetrieb. Gefordert ist die strategische und branchenübergreifende Einbeziehung dieser Aufgabe in regionale Tourismusstrategien.
- **Mobilität:** Tourismus erfordert Mobilität zum und vor Ort. Öffentliche Alltags- und individuelle Freizeitmobilität sind dabei zu verzahnen.
- **Barrierefreiheit:** Gerade in ländlichen Räumen stellt die Bereitstellung barrierefreier Urlaubserlebnisse eine große Herausforderung dar. Schlüsselstrategien sind ein regionaler Entwicklungsansatz und die Integration in regionale (Marken-)Strategien.

2. Barrierefreiheit: Ausgangssituation und Herausforderungen

Zukunftsthema „Barrierefreier Tourismus“

Barrierefreiheit ist eines der wichtigsten sozialpolitischen Themen, doch ebenso eine konkrete Herausforderung für den Tourismus: Immer mehr Gäste sind aufgrund ihres fortgeschrittenen Alters oder einer Behinderung auf Barrierefreiheit angewiesen. Rollstuhlfahrer, blinde und sehbehinderte Menschen, gehbehinderte oder gehörlose Personen finden auch heute häufig nur erschwert Zugang zu Urlaubsangeboten. Neben baulichen Barrieren (z. B. unüberwindbare Stufen für Rollstuhlfahrer oder zu kleine Sanitärbereiche) existieren meist auch sensorische Barrieren (z. B. unzureichende Farbkontraste, keine tastbaren Informationen) und Barrieren in der Kommunikation (z. B. nicht lesbare Internetseiten) und im Service (z. B. fehlendes Gästeführungsangebot in Gebärdensprache für höreingeschränkte Gäste).

Fast zehn Prozent der bundesdeutschen Bevölkerung sind schwerbehindert.[1] Fehlen entsprechende Angebote, wird die immer stärker wachsende Nachfrage auf andere Regionen gelenkt. Die skandinavischen Länder und die Benelux-Staaten sind vielfach besser auf barrierefreie Belange eingestellt als deutsche Regionen. In der Folge reisen viele Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen in diese Länder.

1 Statistisches Bundesamt, 2012.

→ **Info**

Gute Gründe für einen barrierefreien Tourismus

→ **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 für Deutschlandtourismus**
Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen, aber auch ältere Gäste, verbringen im Vergleich zu anderen Urlaubern ihren Urlaub häufiger in deutschen Reiseregionen.

→ **Höhere Auslastung in der Nebensaison**
Aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste reisen in stärkerem Maße 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 gerade in ländlichen Räumen steigt.

„Barrierefreiheit" ist im Tourismus ein Qualitäts- und Komfortmerkmal für alle Gäste. Von komfortablen und barrierefreien Lösungen profitieren Gäste mit Behinderungen, aber auch viele Ältere ohne spezifische Einschränkungen, Familien, Personen mit vorübergehenden Unfallfolgen oder Gäste mit schwerem Gepäck.

Barrierefreiheit im weiteren Sinne ist somit für zehn Prozent der Bevölkerung unentbehrlich, für 30 bis 40 Prozent notwendig und für 100 Prozent komfortabel. In ländlichen Räumen kann sie darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität und damit gegen die Landflucht leisten.

Zukünftig wird infolge der demographischen Entwicklung die Zahl älterer Menschen deutlich steigen. Mit dem Anstieg des Durchschnittsalters und der Lebenserwartung wird auch der Anteil von Menschen mit Einschränkungen zunehmen, denn chronische Erkrankungen und Behinderungen treten überwiegend erst im fortgeschrittenen Alter auf. Die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten wird somit zukünftig deutlich steigen.

Barrierefreie Urlaubserlebnisse entlang der Servicekette

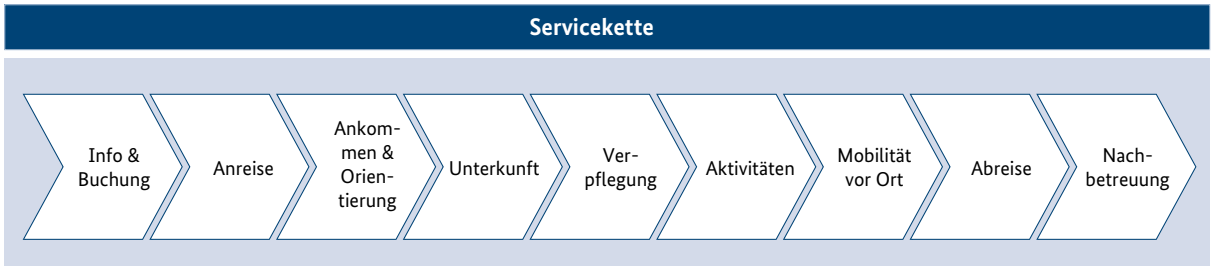
Das touristische Angebot eines Betriebes und erst recht eines Ortes bzw. einer Region setzt sich aus verschiedenen Teilleistungen zusammen (siehe Abbildung 1). Diese sind grundsätzlich für alle Reisenden gleich. Mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste stellen jedoch aufgrund ihrer spezifischen Bedürfnisse in der Regel höhere bzw. spezifischere Anforderungen an die einzelnen Angebotselemente (z. B. barrierefreie Internetseiten, stufenlose Wege und Zugänge, kontrastreiche Leitsysteme, Gästeführungen in leicht verständlicher Sprache für lerneingeschränkte Gäste, Audiolösungen für höreingeschränkte Gäste u. v. m.).

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.

Barrierefreiheit: Laut Behindertengleichstellungsgesetz des Bundes in § 4 sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche barrierefrei, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind. Hiernach umfasst Barrierefreiheit neben baulichen Aspekten auch die Bereiche Service, touristische Dienstleistungen, Webseiten u. v. m.

Barrierefreiheit im **weiteren Sinne** zielt aber darauf ab, dass nicht nur Menschen mit Behinderung in die allgemein übliche Nutzung der gestalteten Umwelt einbezogen werden. Die Umwelt soll so gestaltet sein, dass sie die Bedürfnisse aller Menschen berücksichtigt. Hiernach soll keine Personengruppe aufgrund einer bestimmten Gestaltung von der Nutzung ausgeschlossen werden. Dieses Verständnis der Barrierefreiheit wird auch „Design für alle" oder „universelles Design" genannt.

Abbildung 1: Die touristische Servicekette: Grundlage für barrierefreie Urlaubserlebnisse



Quelle: Eigene Darstellung, PROJECT M

Barrierefreier Urlaub in ländlichen Räumen: eine besondere Herausforderung

In den letzten Jahren hat sich eine Vielzahl von Erfolgsbeispielen auf Betriebs- und Regionsebene entwickelt, doch stehen ländliche Räume beim Aufbau barrierefreier Urlaubserlebnisse vor der großen Herausforderung, diese einzelnen Angebote miteinander zu vernetzen:

- Ländliche Räume weisen oft eine geringe Angebotsdichte mit kleinteiligen, räumlich verstreuten, weit voneinander entfernten Angeboten auf, die den Aufbau einer barrierefreien Servicekette zumindest erschweren.

- Infolge der Kleinteiligkeit ist die Leistungs- und Investitionsfähigkeit entsprechend gering.

- Es fehlen häufig so genannte „barrierefreie Kristallisationspunkte“ mit Ausstrahlungs- und Sogeffekten für die ganze Region. Solche Effekte können von einzelnen Betrieben (z. B. Haus Rheinsberg, Ruppiner Land/Brandenburg, www.hausrheinsberg.de), vernetzenden Infrastrukturprojekten (vgl. Best Practice Fläming Skate/Brandenburg, www.flaeming-skate.de), aber auch infolge einer konsequenten touristischen Themenbearbeitung (z. B. Kulturkampagne „Land der Entdeckungen“, Ostfriesland/Niedersachsen, www.ostfriesland.de) ausgehen.

- Häufig wird in ländlichen Regionen Barrierefreiheit im Tourismus in erster Linie auf betrieblicher Ebene bearbeitet und hier vor allem stark auf das Gastgewerbe bezogen. Folglich fehlen barrierefreie Gesamterlebnisse. Barrierefreiheit ist noch unzureichend in die Markenentwicklung und touristische Profilierung von Regionen integriert.

- In vielen Fällen fehlt es (noch) an Wissen, Strukturen und Mitteln, um etwa die erfolgversprechenden Pilotprojekte auszuwählen und anzugehen. Barrierefreiheit erfordert eine strategische Herangehensweise, langen Atem und eine konstruktive regionale Arbeitsstruktur. Themenspezifische Netzwerke und nachhaltige Organisationsstrukturen zur Entwicklung des barrierefreien Tourismus sind in vielen ländlichen Regionen allerdings kaum entwickelt.

- Die Chance, mehrere Zielgruppen, z. B. auch Familien mit kleinen Kindern anzusprechen und so Synergien bei der Vermarktung, Infrastruktur- und Angebotsentwicklung zu nutzen, wird in ländlichen Regionen noch in zu geringem Maße erkannt.

Aufgrund der steigenden Nachfrage, der Reisemotive mobilitäts- und aktivitätseingeschränkter Menschen und der Wettbewerbsbedingungen besitzt eine barrierefreie Entwicklung gerade für ländliche Räume große Entwicklungspotenziale. Neue Gästegruppen können erfolgreich angesprochen, vorhandene Kunden langfristig gebunden werden. Allerdings ist infolge der beschriebenen Besonderheit eine barrierefreie Entwicklung in ländlichen Regionen nicht von heute auf morgen umsetzbar und wird wahrscheinlich vollständig nie zu realisieren sein. Der Aufbau von Barrierefreiheit in ländlichen Regionen sollte daher schrittweise erfolgen und strategisch entwickelt werden. Lösungen müssen auch pragmatisch, d. h. von den Anbietern umsetzbar sein.

3. Schlüsselstrategien und Best Practice

Während es auf betrieblicher Ebene eine Vielzahl von Checklisten und Planungsleitfäden gibt (unter anderem www.nullbarriere.de, ADAC-Planungshilfe „Barrierefreier Tourismus für Alle"), gibt es bisher kaum Empfehlungen zur barrierefreien Entwicklung von Regionen.

Erfahrungen in ganz Deutschland zeigen, dass es den „Königsweg" zur Entwicklung von barrierefreien Serviceketten und letztendlich zu einer barrierefreien Urlaubsregion nicht gibt. Es lassen sich jedoch bestimmte Entwicklungsmuster und modellhafte Ansätze identifizieren:

Thematische Schwerpunkte bilden

Wie im Tourismus allgemein gilt auch bei Barrierefreiheit: Gerade für ländliche Regionen ist die konsequente Bearbeitung und Inszenierung von profilgebenden Schwerpunkten zur Bündelung der kleinteiligen Angebote zwingend notwendig. Themenentwicklung und -inszenierung erleichtern die Entwicklung konkreter touristischer Angebote und eine Abstimmung dieser zu einem touristischen Gesamterlebnis. Eine Entwicklung entlang von Themen (z. B. Wein- oder Radtourismus) fördert die Vernetzung zwischen den Leistungsträgern, schafft kreative Milieus, in denen innovative Lösungsansätze und marktorientierte Tourismusprodukte gedeihen können. Durch die Themeninszenierung erfolgt zudem eine Konzentration der finanziellen und personellen Ressourcen.

Barrierefreie Kristallisationspunkte: Bildung räumlicher Schwerpunkte

Angesichts der Charakteristik ländlicher Regionen stehen Entscheidungs- und Leistungsträger vor der Aufgabe, zusätzlich zur thematischen Ausrichtung örtliche oder teilräumliche Entwicklungsschwerpunkte zu definieren. Dies dient der Konzentration von Ressourcen, motiviert zur Eigeninitiative und schafft häufig „erlebnisdichte Kristallisationspunkte", von denen Entwicklungsimpulse hinsichtlich barrierefreier Entwicklung auf die ganze Region ausgehen.

Regionale Vernetzung durch Entwicklungsachsen

Weiterhin kann die barrierefreie Entwicklung im ländlichen Raum durch eine regionale Vernetzung über touristische Infrastruktur (vor allem Freizeitwege) günstig beeinflusst werden – und zwar entlang der gesamten Servicekette.

Fokussierung auf Zielgruppen: konsequente Nutzung von Zielgruppensynergien

Familien mit kleinen Kindern profitieren in besonderem Maße von barrierefreier Gestaltung, entsprechenden Angeboten und Services. Eine konsequente Nutzung der Zielgruppensynergien von Familien und aktivitäts- und mobilitätseingeschränkter Menschen kann ein Schlüssel auf dem Weg zu einer barrierefreien Region sein.

Zentraler Erfolgsfaktor: regionale Koordination

Unabhängig der oben genannten Schlüsselstrategien verdeutlichen die Erfahrungen die Bedeutung einer regionalen Koordination. Ohne gezielte Lenkung kann das Engagement auf Betriebsebene kaum in einen regionalen Zusammenhang gestellt werden. Auf Grundlage einer regionalen Entwicklungsstrategie sichert Koordination ein zielorientiertes und klares Vorgehen ab. Organisatorisch empfiehlt es sich, eine eigene, finanziell abgesicherte Arbeitseinheit einzurichten (z. B. Koordinationsstelle), um den Entwicklungsprozess nachhaltig abzusichern sowie marktgerecht und professionell zu bearbeiten. Beispielgebend ist unter anderem die langfristige Begleitung und Netzwerkbildung, die die einzelnen Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland" (www.barrierefreie-reiseziele.de) auszeichnet (z. B. Fränkisches Seenland, www.seenland-barrierefrei.de; Ruppiner SeenLand, www.ruppinerreiseland.de oder Eifel, www.eifel-barrierefrei.de). Flankierend ist eine Koordinierung auf Landesebene (z. B. Qualifizierung, Vermarktung) hilfreich, die die regionalen und lokalen Initiativen nachhaltig unterstützt.

Best Practice: „Barrierefreies WeinReich“ — Kombination von Themeninszenierung und Entwicklung barrierefreier Kristallisationspunkte (Rheinland-Pfalz)

Barrierefreiheit als wichtiger Beitrag zur mittel- bis langfristigen Wettbewerbsfähigkeit ist in der Tourismusstrategie des Landes Rheinland-Pfalz fest verankert und soll sukzessive in die vorhandenen Urlaubsthemen „Wein“, „Radfahren“, „Wandern“ und „Gesundheit“ integriert werden. Im ersten Schritt sind im Jahr 2011 die (strategischen) Grundlagen für die barrierefreie Entwicklung entlang des Themas „Wein“ modellhaft geschaffen worden.

Attraktive Themenwahl

Wein ist für Rheinland-Pfalz und seine Regionen ein zentraler Image-, Identifikations- und Wirtschaftsfaktor. „Weingenuss mit allen Sinnen“ als Leitidee spricht Gästegruppen mit besonderen Anforderungen über ihre Motive und Urlaubswünsche an. Vom Thema „Wein“ gehen positive Imageeffekte aus, die das häufig immer noch infrastrukturlastige Thema „Barrierefreiheit“ emotional aufladen können.

Der Aufbau einer barrierefreien Angebotsstruktur rund um das komplexe Thema „Wein“ ist herausfordernd: Einzelangebote müssen vernetzt, An- und Abreise sowie Mobilität am Urlaubsort gewährleistet, Serviceangebote auf die besonderen Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet werden. Im Mittelpunkt stehen dabei „Weinerlebnisse“ wie Weinproben, Kellerführungen oder der Weineinkauf.

Das Angebot ist jedoch geprägt von traditionellen Betrieben mit häufig historischen Gebäuden und vergleichsweise geringen Finanzmitteln. Daher sind pragmatische Lösungen, schrittweise Verbesserungen und Hilfe bei der barrierefreien Umsetzung notwendig.

Konzentration auf Kristallisationspunkte

Um den Prozess zu unterstützen, wurde neben der Ausrichtung auf ein Thema das Konzept der „barrierefreien Kristallisationspunkte“ eingeführt. Ausgewählte

Teilregionen bzw. Orte, die Barrierefreiheit als Ziel definieren und über entsprechendes Potenzial verfügen, werden in besonderem Maße unterstützt. Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH hat diesen umfassenden Entwicklungsprozess in den Weinregionen Deidesheim/Neustadt an der Weinstraße und Bad Neuenahr-Ahrweiler wie folgt begleitet:

- Entwicklung eines gemeinsamen Konzeptes „Barrierefreier Kristallisationspunkt“: Definition von Projektkoordination und Zuständigkeiten, Priorisierung von Maßnahmen, Einbeziehung von Partnern, regionale Netzwerkbildung und Stärken-Schwächen-Analyse.

- Unabhängige Erhebung von relevanten Betrieben bzw. Einrichtungen hinsichtlich Barrierefreiheit sowie Ableitung von konkreten Maßnahmen.

- Qualifizierungsseminare zur Information, Sensibilisierung und Motivation der Leistungsträger und

→ Produktworkshops zur Identifizierung barrierefreier Produktpotenziale und deren Vernetzung: Entwicklung von gebündelten touristischen Produkten (Pauschalen) mit entsprechenden Angebotsbausteinen.

Zur Unterstützung des Prozesses wurde außerdem ein zweistufiges System zur Kennzeichnung barrierefreier Betriebe entwickelt, das gesicherte Informationen zur Barrierefreiheit auf einer Datenbank liefert. Als flankierende Maßnahme wurde außerdem ein Leitfaden „Auf dem Weg zum Barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz“ erstellt, der Informationen für Betriebe, Touristiker und Kommunen bereithält.

Fazit: Unterstützung und Koordinierung sind unabdingbar

Das Beispiel zeigt, wie wichtig die konsequente Themenbearbeitung für die konkrete Produktentwicklung im barrierefreien Entwicklungsprozess ist. Auch wird deutlich, welche zentrale Rolle von der Landes- und/oder der Destinationsebene ausgeht: Zielgenaue und passende Themensetzung, Federführung und nachhaltige Umsetzungsbegleitung. Übertragbar ist der Ansatz auf andere touristische Themen. Grundsätzlich bietet sich eine Strategie der Konzentration über Kristallisationspunkte auf allen regionalen Ebenen an.

www.barrierefrei.rlp-info.de

Checkliste – der Weg zu Kristallisationspunkten/-räumen

- ☑ Die Entscheidung zur Entwicklung barrierefreier Kristallisationspunkte auf übergeordneter Ebene (z. B. Bundesland, Destination, Planungsregion, Landkreis) ist durch entsprechenden Beschluss untersetzt.
- ☑ Die Bereitstellung von finanziellen Ressourcen und Implementierung eines festen, hauptverantwortlichen operativen Koordinators (angesiedelt z. B. bei der Landes- bzw. Destinationsmarketingorganisation usw.) ist erfolgt.
- ☑ Ein übergeordnetes Konzept/Masterplan „Barrierefreier Tourismus“ zur Auswahl von profilgebenden bzw. regionalen Schwerpunktthemen auf übergeordneter Ebene (z. B. Bundesland, Destination, Planungsregion, Landkreis) liegt vor.
- ☑ Eine Auswahl von förderungswürdigen Orten bzw. Teilräumen (so genannten Kristallisationspunkten) erfolgt systematisch, unter anderem nach folgenden Kriterien:
  - ☑ Hat die Kommune bzw. die Teilregion Interesse am Thema Barrierefreiheit? Gibt es ein klares Bekenntnis („Willenserklärung“) hierzu, untersetzt durch z. B. Beschlüsse von Orten, Landkreisen, Regionalverbänden usw.?
  - ☑ Sind in der Kommune bzw. der Region ausreichende Potenziale hinsichtlich des ausgewählten Tourismusthemas ableitbar? Für welche touristischen Themenfelder (unter anderem Rad, Wandern, Kultur usw.) ist die Kommune bzw. (Teil-)Region besonders geeignet?
  - ☑ Hat der potenzielle Kristallisationspunkt/-raum eine ausreichende Größe und Zahl von Betrieben bzw. Attraktionen entlang der Servicekette? Sind alle Servicekettenglieder vor Ort vorhanden?
  - ☑ Verfügt der potenzielle Kristallisationspunkt/-raum über einen gemeinsamen organisatorischen Rahmen (z. B. gemeinsames Budget, entsprechende Organisationsstrukturen usw.)?
  - ☑ Wird der Kristallisationspunkt/-raum aus Gästesicht als homogener Tourismusraum wahrgenommen?

→

- ☑ Der ausgewählte Kristallisationspunkt/-raum arbeitet strategisch und nachhaltig und wird durch die übergeordnete Ebene dabei unterstützt:
  - ☑ Ein Konzept für den barrierefreien Kristallisationspunkt/-raum wird erarbeitet (Schwachstellen-, Lücken- und Potenzialanalyse, Definition von Maßnahmen usw.).
  - ☑ Implementierung eines verantwortlichen Projektkoordinators vor Ort und Etablierung eines örtlichen oder regionalen Themennetzwerkes unter Beteiligung touristischer Leistungs- und Entscheidungsträger sowie Experten.
  - ☑ Durchführung und Finanzierung von barrierefreien Schulungen, Produktworkshops sowie individuellen Coachings für Leistungsträger.
  - ☑ Sicherstellung der Integration des Themas Barrierefreiheit in den Marketingmix von Tourismusorganisationen.

Best Practice: „Flaeming Skate" – Freizeitwege als barrierefreie Entwicklungsachsen (Brandenburg)

Der Flaeming Skate umfasst ein Netz aus rund 230 km Rad- und Skatewegen im Landkreis Teltow-Fläming im Land Brandenburg. Inzwischen hat sich hier eine Skate-Region für Freizeitsportler aus ganz Deutschland und Europa entwickelt. Im Jahr 2005 wurde das Projektvorhaben Flaeming-Skate mit dem Tourismuspreis des Landes Brandenburg ausgezeichnet. Aufgrund der Eigenschaften des Radnetzes (Bodenbelag aus glattem Asphalt, über 80 Prozent der Strecken sind drei Meter breit, keine Stufen, überwiegend wenig Gefälle, variables Rundkurssystem mit verschiedenen Fahrtlängen usw.) zieht die Flaeming-Skate schon seit Jahren neben Skatern und Radfahrern auch Rollstuhlfahrer oder Handbiker sowie Familien, Kinder- und Jugendgruppen an.

Barrierefreie Planung von Beginn an

Wenn auch die Trendsportzielgruppe Skater im Mittelpunkt stand, spielte von Beginn an die Zielgruppe von mobilitätseingeschränkten Nutzern (d. h. Rollstuhlfahrer, Handbiker) im Planungs- und Umsetzungsprozess eine zentrale Rolle. So wurden barrierefreie Gestaltungsprinzipien – etwa stufen- und absatzlose Übergänge, sichere und umfahrbare Umlaufsperren u. v. m. – bei Planung und Umsetzung frühzeitig einbezogen.

Qualifizierung der Leistungsträger als Erfolgsfaktor

Unterstützt wurde der Prozess durch mehrjährige, öffentlich geförderte Qualifizierungsprojekte, die vor allem die Leistungsträger (Gastgewerbe usw.) für die ökonomischen Chancen des barrierefreien Tourismus sensibilisierten und motivierten. Zentraler Erfolgsfaktor war auch die Begleitung und Anleitung durch betriebsindividuelles Coaching. Zahlreiche Gastgewerbebetriebe und touristische Leistungsträger haben inzwischen barrierefreie Angebote, Umbauten usw. in ihrem Betrieb und Umfeld geschaffen. Rollfiets[2], Handbikes und Tandems werden an drei Stationen in der Region verliehen. Auch auf kommunaler Ebene wurden umfassende Folgeprojekte initiiert: So entwickelte z. B. die Stadt Dahme/Mark einen barrierefreien Innenstadtrundkurs an der gut erhaltenen Stadtmauer entlang zu den Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen der Stadt.

Regionale Ausstrahlungs- und Kreislaufeffekte

Insgesamt sind positive regionale Effekte zu verzeichnen: Barrierefreie Angebote locken mehr aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste an, was wiederum

2 Rollfiets: Das Rollfiets ist eine Kombination von Rollstuhl und Fahrrad. Dadurch kann zu zweit Fahrrad gefahren werden, wobei die Person im Rollstuhl passiver Mitfahrer ist.

zu weiteren Anstrengungen zur Optimierung von Infrastruktur, Angeboten und Services hinsichtlich Barrierefreiheit führt. Die wirtschaftlichen Perspektiven verbessern sich insgesamt nicht nur für die bestehenden gewerblichen Betriebe, es etablieren sich auch Jahr für Jahr neue touristische Unternehmen. Flankiert wird der barrierefreie Entwicklungsprozess durch das regionale Tourismusmarketing.

Fazit: Barrierefreie Entwicklungsachsen – ein übertragbarer Ansatz

Durch das Infrastrukturprojekt Flaeming-Skate wurde der Aufbau einer regionalen barrierefreien Angebotsstruktur ausgelöst. Die Bilanz weist beachtliche Erfolge auf: Innovative Entwicklung eines peripheren, ländlichen Raums zur attraktiven Freizeit- und Tourismusregion für Gäste und die regionale Bevölkerung, zukunfts- und wettbewerbsfähige Profilierung der Betriebe, Erhalt und Schaffung von Arbeitsplätzen u. v. m.

→ Info

Serviceorientierte Gästeansprache

Unter www.flaeming-skate.de werden in einem Menüpunkt „Barrierefrei“ allgemeine Informationen, Kartenmaterial sowie Serviceinformationen zu Fahrzeugverleih, rollstuhlgerechten Unterkünften, Behindertentoiletten u. a. gebündelt dargestellt. Im Bereich der Streckenbeschreibung existieren zu den einzelnen Strecken und Rundkursen GPS-Daten, Streckenkarte, Höhenprofil, Streckenbeschreibung mit zum Teil Zielgruppenhinweisen und allgemeinen Streckenbewertungen (z. B. Anspruch).

Einen wichtigen Beitrag für die Innen- und Außenkommunikation leistet auch das seit 2001 etablierte „Behinderten- und Skaterfest des Landkreises Teltow-Fläming“. Im Jahr 2012 fand eine Veranstaltung mit Wettkämpfen, Spielen u. v. m. unter dem Motto „Eine Region rollt für Inklusion“ in Jüterbog statt.

Eine Übertragbarkeit einer „barrierefreien Entwicklungsachse“ auf weitere Themenfelder (z. B. Wandern, Wassertourismus) ist möglich. So können bei bereits bestehender Rad- und Wanderwegeinfrastruktur – auch bei kleinräumigen Wegenetzen – barrierefreie Entwicklungsprozesse initiiert werden. Voraussetzungen hierfür sind eine grundsätzliche Eignung und Entwicklungsfähigkeit, festgestellt auf Grundlage einer Potenzial- und Wettbewerbsanalyse, sowie eine nachhaltige Strategie mit konkretem Umsetzungsfahrplan. Dieser sollte dabei die Handlungsfelder Netzwerkbildung, Infrastruktur, Angebotsgestaltung und Services sowie Marketing berücksichtigen.

Die Entwicklung barrierefreier Entwicklungsachsen ist eine Zukunftsaufgabe auf Länder- und Regionalebene. So wird derzeit im Land Brandenburg mit dem Konzept „Radtourismus im Land Brandenburg – Fahrradwege für Alle?!“ die Grundlage zur Entwicklung barrierefreier Radfernwege, Regionaltouren und lokaler Radtouren gelegt.

www.barrierefrei-brandenburg.de

Checkliste – barrierefreie Entwicklungsachsen

- ☑ Ein Beschluss zum Aufbau von vernetzenden Entwicklungsachsen auf entsprechender Ebene (Bundesland, Destination, Planungsregion, Landkreis, Kommune) liegt vor.
- ☑ Die Bereitstellung von finanziellen Ressourcen und die Einrichtung einer Koordinierungsstelle (z. B. auf Ebene der Destination, der Planungsregion, des Landkreises, der Kommune) sind erfolgt.
- ☑ Ein an den Potenzialen der Region (Angebote, Themenfelder, Profile, Zielgruppen usw.) und an den Marktbedingungen (Rahmenbedingungen, Wettbewerb, Nachfrage und andere) orientiertes Entwicklungskonzept zum konkreten Aufbau von vernetzenden Entwicklungsachsen liegt vor (mit Analysen, Festlegung von Maßnahmen usw.). Dies berücksichtigt unter anderem:
  - ☑ Integratives Vorgehen bei der Infrastrukturplanung und -gestaltung (d. h. keine Sonderlösungen für aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste, sondern Lösungen, die möglichst alle Gäste nutzen können).
  - ☑ Identifizierung des Handlungsbedarfs und Einleitung von pragmatischen (Zwischen-)Lösungen, Sofortmaßnahmen sowie konkrete Planung mittel- bis langfristiger Umsetzungen.
  - ☑ Durchführung von Erhebungsprozessen in der Region zur Generierung von verlässlichen Informationen zur Erlebbarkeit- und Zugänglichkeit.
  - ☑ Definition und Planung personeller und finanzieller Ressourcen für den barrierefreien Aus- und Umbau der Infrastruktur (Förderung, Haushaltsplanung usw.).
- ☑ Nachhaltige Prozessbegleitung durch einen hauptverantwortlichen operativen Koordinator auf regionaler Ebene.
- ☑ Etablierung eines regionalen Netzwerks „Barrierefreier Tourismus“ unter Beteiligung touristischer Leistungs- und Entscheidungsträger sowie Experten zum Thema Barrierefreiheit.
- ☑ Bereitstellung von Ressourcen zur Durchführung von Sensibilisierungs-, Produkt- und Themenworkshops sowie individueller Beratungen/Coachings von Leistungsträgern.
- ☑ Planung und Definition personeller bzw. finanzieller Ressourcen für den barrierefreien Ausbau der Angebote und Dienstleistungen (z. B. operative Marketingplanungen).
- ☑ Integration des Themas Barrierefreiheit in den Marketingmix von Tourismusorganisationen.
- ☑ Sicherstellung der Erlebnis- und Serviceorientierung bei der Angebots- und Produktgestaltung sowie Kommunikation (Ansprache der Kunden über ihre Stärken und Bedürfnisse, nicht über Probleme und Einschränkungen).

Best Practice: „Fränkisches Seenland“ – auf dem Weg zur barrierefreien Familienregion (Bayern)

Chancen strategisch genutzt

Ausgangspunkt der Entwicklung war die Anlage der künstlichen Seen Mitte der 1970er Jahre. Die Region nutzte dabei die einmalige Chance, eine Tourismusregion mit ca. 20 km² Wasserfläche von Beginn an neu zu entwickeln und zu gestalten.

Durch die Seenlandschaft eignet sich die Region ideal zur Entwicklung familienorientierter Angebote. Gezielt sollten zusätzlich von Anfang an die hohen Synergieeffekte bei einer barrierefreien Angebotsgestaltung genutzt werden. Schon seit 1995 verfolgten die „Beratungsstelle Mittelfränkisches Seengebiet des Amtes für Landwirtschaft“ und der Tourismusverband Fränkisches Seenland in Kooperation mit einem örtlichen Berater eine Umsetzungsstrategie „Barrierefreier Urlaub im Fränkischen Seenland“. Die Seenlandschaft mit Altmühlsee, Großer und Kleiner Brombachsee, Igelsbachsee und Rothsee verfügt mittlerweile über moderne Freizeitanlagen, die sowohl den Bedürfnissen mobilitätseingeschränkter Gäste als auch Familien entsprechen:

- Stufenlose Wege und ebenerdige Zugänglichkeit von Tourismuseinrichtungen, großräumige und komfortable Badezimmer oder auch abgesenkte Servicecounter sind für Familien hilfreich, jedoch auch für mobilitätseingeschränkte Gäste.

- Am Brombach- bzw. Rothsee wurden Baderampen für Rollstuhlfahrer angelegt, die Uferwege sind überwiegend eben, sukzessive wurden barrierefreie Umkleideräume und Sanitäranlagen an allen Seen entwickelt und die Zugänglichkeit der Campingplätze in Seenähe sowie die der Fahrgastschifffahrt auf dem Altmühl- und Brombachsee optimiert.

- Parallel dazu konnte auch das Gastgewerbe motiviert werden, barrierefreie Lösungen umzusetzen. Dabei reicht die Angebotspalette heute von einfachen Gästezimmern bis zum Tagungshotel der 4-Sterne-Kategorie.

- Schließlich wurden weitere regionale Partner mit deren Services eingebunden (so etwa Sozialstationen, barrierefreie Angebote z. B. für Gruppen- und Betriebsausflüge von Freizeiteinrichtungen und andere) und auch kommunale Einrichtungen verbesserten ihre Zugänglichkeit.

Qualifizierung und Sensibilisierung

Die 2005 gestartete deutschlandweiten Qualifizierungsinitiative „Gastfreundschaft für Alle“ trug erheblich zur weiteren Entwicklung bei: Im Nachgang des Qualifizierungsprojektes wurde ein informeller Arbeitskreis „Barrierefreier Urlaub im Fränkischen Seenland“ mit Vertretern aus den Reihen touristischer Leistungsträger, Tourismusorganisationen, Sozialstationen und behinderter Experten gegründet. Im Rahmen zahlreicher regionaler Informations- und Sensibilisierungsveranstaltungen sowie einzelbetrieblicher Beratungen wurden von Beginn an die ökonomischen Chancen des barrierefreien Tourismus in der Region aufgezeigt: Bessere Auslastung in der Nebensaison sowie die beschriebenen Zielgruppensynergien.

Impulse für die Entwicklung des barrierefreien Tourismus im Fränkischen Seenland gingen auch von den bundesweiten Studien zum Barrierefreien Tourismus in Deutschland aus[3], im Rahmen derer „barrierefreie

3 Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & Lorenz, A., 2008, www.bmwi.de

Modellregionen in Deutschland“ – eine davon war das Fränkische Seenland – analysiert wurden. Das Fränkische Seenland ist Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Barrierefreie Reiseziele in Deutschland.

Während sich zu Beginn der Entwicklungsprozess an den Anforderungen vor allem von Familien, Rollstuhlfahrern und gehbehinderte Gästen orientierte, ist inzwischen auch für aktivitätseingeschränkte Gäste (d.h. Menschen mit Seh- und Höreinschränkungen) die Zugänglich- und Erlebbarkeit optimiert worden.

Inzwischen sind „Barrierefreie Angebote“ ein wichtiger Imagefaktor und bringen auch viele Gäste in die Region, die selbst nicht zwingend darauf angewiesen sind. Zudem bestimmt häufig das Mitglied einer Gruppe mit einer Behinderung die Nachfrage und das Buchungsverhalten einer Familie oder Reisegruppe.

Seit Jahren präsentiert das Fränkische Seenland die barrierefreie Urlaubsregion in der Spezialbroschüre „Fränkisches Seenland barrierefrei“. Eine umfassende Beschreibung barrierefreier Unterkünfte sowie Freizeit-, Gastronomie- und Servicetipps für Gäste mit Behinderung ist auch online abrufbar. Die langjährige, kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit führte zu mehreren Auszeichnungen (unter anderem im Bundeswettbewerb „Familienzeit ohne Barrieren“, in der ADAC-Planungshilfe „Barrierefreier Tourismus für Alle“).

Fazit: Synergien über klare Fokussierung auf Zielgruppen- und Themen

Erfolgsstrategien des langjährigen Entwicklungsprozesses „Barrierefreies Fränkisches Seenland“ sind die konsequente Nutzung von Zielgruppensynergien und die bewusste Fokussierung auf starke Themen und Hauptattraktionen der Region. Fortwährende Unterstützung durch Qualifizierung und betriebliche Beratung über einen langen Zeitraum haben wesentlich dazu beigetragen, sukzessive eine barrierefreie touristische Servicekette aufzubauen.

www.seenland-barrierefrei.de

Checkliste – Empfehlungen für eine barrierefreie Kommunikation

- ☑ Wird Barrierefreiheit als Qualitäts- und Komfortmerkmal kommuniziert?
- ☑ Findet eine Vermarktung barrierefreier Angebote über die eigenen, regionalen Kommunikationskanäle und die bundesweite Internetplattform statt?

→

- ☑ Werden barrierefreie Angebote und Informationen sowohl in allgemeine, regionale Tourismusmedien integriert als auch über Spezialmedien (z. B. barrierefreie Spezialbroschüre) vermarktet?
  Beispiel: Reiseland Brandenburg, www.reiseland-brandenburg.de und www.barrierefrei-brandenburg.de

- ☑ Stehen verlässliche, aktuelle und detaillierte Informationen hinsichtlich der barrierefreien Zugänglich- und Erlebbarkeit zur Verfügung?
  Beispiel: Maßangaben zu Türbreiten, Bewegungsflächen usw.

- ☑ Sind die Informationen mindestens durch zwei der Sinne (Hören, Sehen, Fühlen) wahrnehmbar bzw. erlebbar?
  Beispiel: visuelle und akustische Gästeführungsangebote, Notruf- und Alarmsysteme, Fahrplaninformationen.

- ☑ Werden Informationen in leichter Sprache und nach dem Prinzip „Halte es kurz und einfach" bereitgehalten?

- ☑ Sind die Leitsysteme und Beschilderung vor Ort eindeutig, gut sichtbar, blendfrei und kontrastreich in einer gut lesbaren Höhe angebracht?
  Beispiel: Informationstafeln sind auch für Kinder, Rollstuhlfahrer oder kleinwüchsige Menschen gut einsehbar.

- ☑ Wird für gedruckte Schriften eine klare und serifenlose Schriftart in ausreichender Größe verwendet?
  Beispiel: Objekttafeln und Speisekarten sind ohne Lesebrille lesbar.

- ☑ Werden für taktile Schriften[4] eine erhabene, serifenlose[5] Profilschrift (Reliefbuchstaben, keine Eingravierungen) und/oder Braille-Schrift (Blindenpunktschrift) verwendet?

- ☑ Werden für Piktogramme einfache, unmissverständliche und international verständliche Bildzeichen aus reflektierenden oder selbstleuchtenden Materialien und Farben verwendet?

- ☑ Barrierefreie Internetseiten:

  - ☑ Sind Internetseiten und PDF-Dokumente nach dem Stand der Technik und einschlägiger Rechtsverordnungen (zum Beispiel BITV) barrierefrei gestaltet?
  - ☑ Sind die Navigationsstrukturen intuitiv verständlich und einfach?

Weitere Informationen und Internettests unter www.barrierefrei-kommunizieren.de und www.bikonline.info

4 Eine taktile Schrift besteht aus Materialien, die mithilfe des Tastsinnes der Finger von blinden Menschen gelesen werden kann.

5 Serifenlose Schriften weisen keine Zier-Abschlüsse wie z. B. kleine Häkchen, Schwünge, Abschlussstriche oder Schnörkel an den Enden der Buchstabenstriche auf. Beispiel für Serifenschrift: Times New Roman; Beispiel für serifenlose Schrift: Helvetica.

4. Fazit

Die Fallbeispiele aber auch Erfahrungen in ganz Deutschland zeigen, dass es mehrere Wege zur Entwicklung von barrierefreien Serviceketten in ländlichen Räumen gibt. Es lassen sich jedoch bestimmte Handlungsfelder und Erfolgsfaktoren identifizieren:

- **Inhaltliche und räumliche Konzentration**
  Gerade in ländlichen Regionen können inhaltliche Schwerpunktsetzung (Fokussierung auf ein touristisches Thema) und/oder die Priorisierung von räumlichen Schwerpunkten (Kristallisationsort/-raum) den Weg zu barrierefreien Serviceketten erleichtern, unterstützen und befördern.

- **Strategische, markt- und potenzialorientierte Planung**
  Für einen nachhaltigen Erfolg ist ein Masterplan „Barrierefreier Tourismus“ (mit Analysen, Definition von Schlüsselprojekten, Aufstellung eines Umsetzungsfahrplans, Festlegung von Maßnahmen usw.) überaus hilfreich. Hiermit wird das Thema Barrierefreiheit in die regionalen Tourismus- und Marketingstrategie integriert bzw. bei zukünftigen touristischen Planungen und Projekten berücksichtigt.

- **Koordination als zentraler Erfolgsfaktor**
  Die Koordination ist der zentrale Erfolgsfaktor. Auf übergeordneter Ebene (LMO und DMO) erfolgen die Schaffung von Rahmenbedingungen und das Setzen von Impulsen (z. B. Sensibilisierungs- und Qualifizierungskonzepte, Definition inhaltlicher und räumlicher Schwerpunkte, Steuerung von Erhebungsprozessen, Definition der Kommunikations- und Vertriebsstrategie für barrierefreie Produkte usw.). Auf teilregionaler, örtlicher und projektbezogener Ebene sollte der barrierefreie Entwicklungsprozess durch den Einsatz eines operativen Koordinators (angesiedelt z. B. bei der regionalen Tourismusorganisation) abgesichert werden.

- **Innovationen und Erfolg mit Netzwerken**
  Unabhängig von dem eingeschlagenen Weg ist der Aufbau einer barrierefreien Angebotsstruktur nur im Rahmen von innovativen, lernenden Netzwerken erfolgreich. Netzwerke im „Barrierefreien Tourismus“ sollten sich zukünftig stärker an Urlaubsmotiven der Gäste und den Schwerpunktthemen einer Region orientieren, anstatt reine barrierefreie Basisarbeit zu betreiben.

- **Sensibilisierung, Qualifizierung und Wissenstransfer**
  Basis-Qualifizierung für touristische und kommunale Entscheidungs- und Leistungsträger zur grundlegenden Information, Sensibilisierung und Motivation ist eine notwendige Grundlage. Doch ein nachhaltiger Aufbau von barrierefreien Urlaubserlebnissen ist zukünftig zusätzlich über themenspezifische Produkt- und Vernetzungsworkshops (siehe barrierefreies Weinerlebnis, barrierefreie Radangebote usw.) zu leisten.

- **Einheitliche Zertifizierung:** Die Transparenz von Art und Grad der Barrierefreiheit touristischer Angebote ist entscheidende Voraussetzung für deren Inanspruchnahme. Künftig wird es hierfür ein bundesweit einheitliches Kennzeichnungssystem geben.

→ Info

Deutschlandweit einheitliches Kennzeichnungssystem und bundesweite Vermarktungsplattform

Derzeit werden im Rahmen des BMWi-Projekts „Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland“ die Grundlagen eines bundesweiten Kennzeichnungssystems und eine bundesweite Vermarktungsplattform entwickelt erarbeitet.

www.reisen-fuer-alle.de; www.bmwi.de

www.bmwi.de