

Barrierefreies Rheinhessen



Die Fakten

Menschen begeben sich zum Zwecke der Erholung und Freizeitgestaltung auf Reisen.

Sie wollen entspannen und neue Energie auftanken, Abenteuer erleben oder sich selbst finden, in Gruppenreisen andere Menschen und in fremden Ländern andere Kulturen kennen lernen.

Seien die Beweggründe auch noch so verschieden, so ist Reisen für fast jeden Menschen ein Grundbedürfnis und verspricht Abwechslung und Erholung.

Quelle: NatKo: Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.

Die Fakten

Für knapp **7 Millionen Menschen** in Deutschland beziehungsweise knapp **50 Millionen Menschen** in Europa stellt Reisen jedoch eine besondere Herausforderung dar.

Gehbehinderte Menschen, Menschen im Rollstuhl, sehbehinderte und blinde Menschen, schwerhörige und gehörlose Menschen, Menschen mit geistiger Behinderung und viele mehr treffen beim Reisen immer wieder auf Barrieren:

Unüberwindbare Stufen und Treppen, zu enge Durchgänge, fehlende akustische Signale oder auch fehlendes Verständnis für die individuellen Bedürfnisse der reisenden Menschen mit Behinderung.

Quelle: NatKo: Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.

Die Fakten

Zählt man zu den schwer behinderten Menschen noch die Reisenden mit leichten Behinderungen oder temporären Aktivitätsbeeinträchtigungen - so zum Beispiel

- nach einem Unfall oder einer Operation oder
- Eltern mit Kinderwagen –

dazu, wird schnell deutlich, dass fast jeder Reisende auf Barrieren und unüberwindbare Hindernisse im Urlaub stoßen kann.

Quelle: NatKo: Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.

Seniorenreisen: Die neue S-Klasse

Senioren wollen, dass man ihnen im Urlaub Zeit schenkt und das Gefühl vermittelt, nur für sie da zu sein.

Auf Reisen wollen sie sich wohlfühlen und ein wenig das Zeitgefühl verlieren.

Der Urlaub soll ihnen einen Mehrwert bieten – mehr als nur Abwechslung, mehr als nur Unterhaltung, mehr als nur Sonne, mehr als nur Skilifte oder Fitnesscenter

Quelle: BAT – Prof. Dr. Opaschowski

Seniorenreisen: Die neue S-Klasse

Die älter werdende Bevölkerung verändert den gesamten Reisemarkt: Seniorenreisen entwickeln sich zur neuen S-Klasse, zum Urlaub mit Qualitätsansprüchen

Die Älteren legen beim Reisen mehr Wert auf Lebensqualität und Wohlbefinden. Gastfreundschaft, gesundes Klima und Gemütlichkeit stehen ganz oben an

Quelle: BAT – Prof. Dr. Opaschowski

Seniorenreisen: Die neue S-Klasse

Auch F.U.R. sieht in den Senioren den Wachstumsmotor des Tourismus.

Das Segment entwickelt sich dynamisch und die Bedeutung für den deutschen Reisemarkt wächst weiter.

Die Reiseintensität der Altersgruppe 60 – 69 Jahre liegt mittlerweile bei 75 %, bei den Über-70-Jährigen bei 60 %.

Die kommenden Senioren werden nicht nur noch reisefreudiger als die heutigen sein, sondern auch vielfältigere, differenziertere Ansprüche an den Urlaub haben

Quelle: F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen

Die Erkenntnis:

Barrierefreiheit ist

- für 10 % der Bevölkerung zwingend erforderlich,
- für über 30 % hilfreich,
- für 100 % komfortabel.

Rheinhessen



- Gewinner der Ausschreibung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
- zur Entwicklung einer barrierefreien touristischen Modellregion unter dem Motto:
- „Tourismus für Alle“ in Rheinland-Pfalz

Die Ausgangssituation 2002:

- Die touristische Infrastruktur für barrierefreies Reisen in Rheinhessen ist unterschiedlich intensiv ausgeprägt.
- Während die Landeshauptstadt Mainz bereits eine fast vorbildliche barrierefreie Infrastruktur aufweist, besteht in der Fläche der Region ein erheblicher Entwicklungsbedarf.
- Regional wurde das Thema „barrierefreier Tourismus“ erst ab 2002 kommuniziert.

Barrierefreie
touristische Angebote
in Rheinhessen –
Herausforderung
und Chance



Erste Herausforderung:

- Die regionale Zielrichtung war irgendwie klar und in einem Konzept schriftlich definiert, aber:
- Jeder hatte sich unter dem Begriff „Barrierefrei“ was anderes Vorgestellt !
- Thema „Barrierefrei“ in der Bevölkerung und bei den Dienstleistern wenig präsent

Lösungsansatz:

- Einrichtung einer Koordinierungsstelle (ehrenamtlich besetzt).
- Verstärktes Innenmarketing auf allen, der Rheinhessen-Information zur Verfügung stehenden Kommunikationswegen.
- Einrichtung eines Arbeitskreises „Barrierefrei“.

Ergebnis:

- Sehr gute Resonanz bei den Leistungsträgern und Organisationen, die sich schon mit dem Thema befasst bzw. investiert hatten.
- Bescheidenes bis schlechtes Feedback bei denen, welchen das Thema fremd war.

Zweite Herausforderung:

- DIN-Normen kontra touristischer Qualitätsaussage.
- DIN-Normen kontra touristischem Marketing.
- Der touristisch umworbene Personenkreis zeichnet sich durch eine unglaubliche Vielfalt von unterschiedlichen oder sich überschneidender Beeinträchtigungen aus.
- Dies verstärkt sich zusätzlich durch persönlich bedingte Handicaps.

Lösungsansatz:

- Einstellung einer hauptamtlichen Kraft bei Rheinessen-Information – Aufgaben:
 - ✓ Neutrale, lückenlose Erfassung aller barrierefreien, touristischen Objekte inkl.
 - ✓ Prüfung der tatsächlichen Verhältnisse.
 - ✓ Entwicklung einer umfassenden Datenbank und Spezialkatalog.

Ergebnis:

- Umfassende Kenntnis aller barrierefreien touristischen Objekte.
- lückenlose Abbildung in Datenbank (inkl. komplett barrierefreier Internetauftritt).
- Umfassender Katalog mit allen barrierefreien touristischen Angeboten.
- Kommunikation zwischen Rheinhessen-Touristik GmbH und touristischen Leistungsträgern zum Thema barrierefreiheit erheblich verbessert.

Dritte Herausforderung:

- Kontraproduktive, überregionale Entscheidungen im Verkehrsbereich (z.B. ÖPNV / Deutsche Bahn).

Lösungsansatz:

- Direkte Kommunikation mit Deutsche Bahn / ÖPNV.

Ergebnis:

- Aktuell kein Ergebnis.

Vierte Herausforderung

- Bei den touristischen Leistungsträgern sind Kenntnisse über den Umgang mit dem betroffenen Personenkreis kaum vorhanden.
- Gerade aber spezieller Service und besondere Dienstleistung können andere Mängel (z.B. bei der Bausubstanz) relativieren.

Lösungsansatz:

- Durchführung von speziellen Seminaren
 - für Betriebsinhaber und Servicepersonal
 - in Zusammenarbeit mit NatKo und DEHOGA.

Ergebnis:

- Aktive und engagierte Teilnahme von „betroffenen“ Betrieben an diesen Seminaren,
- aber kaum Resonanz bei den restlichen Dienstleistern.

Die Erkenntnis

- Lückenlose, barrierefreie Dienstleistungskette ist mittelfristig in der Fläche der Region nicht leistbar.
- Mangelndes Investitionsvermögen von Kommunen, ÖPNV etc.
- Mangelnde Offenheit der Betriebe zum Thema Barrierefrei
- „Andere“ Zielgruppen – verändertes Marketing, andere Vertriebswege ?

Das Ziel

Funktionierende Infrastruktur
und
erfolgreiches
Marketing



- Barrierefreies
Miteinander
- Tourismus für Alle
- Nachfrage und
Umsatzsteigerung
- Wirtschaftlicher
Erfolg
- Wertschöpfung

Lösungsansatz Region:



- Bündelung regionaler Erfahrungen von Rheinhessen, Mosel und Eifel unter Federführung der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT).
- Verstärkte Kooperation auf der politischen Landesebene (Sozialministerium / Wirtschaftsministerium), finanzielle Bündelung, Synergien.
- Bildung von Schwerpunkten in Verbindung mit gezielter Förderung; Vernetzung der Schwerpunkte.
- Förderung privater Dienstleistungen im Bereich Transport/Transfer, Betreuung.

Mehr Qualifizierung, verbessertes Marketing

- Stärkere Ausbildung und Qualifizierung der Betriebsinhaber und des Personals im Hinblick auf den Umgang mit dem entsprechenden Personenkreis
- neue Vertriebswege, gezielte Kundenansprache
- Stärkere Fokussierung auf Landesmarketing und Vertrieb.

Die regionale Infrastruktur muss stimmen



Die Entwicklung einer Gesamtregion hin zur touristischen Barrierefreiheit sehr schwer umzusetzen.

Region muss daher, Entwicklungsschwerpunkte aufzubauen

Region muss barrierefreies Reisen innerhalb der Entwicklungsschwerpunkte gewährleisten

Auf diese Entwicklungsschwerpunkte sollte sich auch die weiteren Maßnahmen konzentrieren (Beratung, Koordination, Schulung, Förderung, Marketing usw.)

Ihr Angebot muss stimmen !



- **Bau / Umbau: DIN 18024 - Aber oft genügen Kleinigkeiten !**
- **Größeres Zimmer, größere Duschen erfreuen auch andere Gäste !**
- **Kenntnisse über die besonderen Bedürfnisse der mobilitätseingeschränkten Gäste ist die halbe Miete !**
- **Schulen Sie sich und Ihr Servicepersonal !**
- **Und: Service, Service, Service !**

Und zum Schluss:

Ihre betriebliche Investition in Barrierefreiheit ist sicher auch eine soziale Komponente.

Das ist ein gutes Gefühl, aber, davon können Sie nicht leben.

Verbinden Sie ein gutes Gefühl mit wirtschaftlichen Erfolg !

Die Demographie spricht eine deutliche Sprache, der Markt gibt es her !

Und ganz zum Schluss :



Modell-Management-Plan
zum Thema „Barrierefreiheit“
am Beispiel des Nationalparks Berchtesgaden

