



# Auf dem Weg zum Barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz

Informationen für Regionen, Orte und Betriebe

▶ Inhaltsverzeichnis	2
▶ Grußwort Ministerin Lemke	3
▶ 1. Warum eine Strategie zum barrierefreien Tourismus?	4
▶ 2. Barrierefrei und komfortabel: Chancen eines barrierefreien Tourismus	5
▶ 3. Die Anforderungen der Gäste an einen barrierefreien Tourismus	12
3.1 Rollstuhlfahrer	13
3.2 Menschen mit Gehschwierigkeiten	14
3.3 Menschen mit Sehschwierigkeiten und blinde Menschen	15
3.4 Menschen mit Hörschwierigkeiten und gehörlose Menschen	17
3.5 Menschen mit Lernschwierigkeiten und geistig behinderte Menschen	18
3.6 Menschen mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten	19
3.7 Ältere Menschen	20
3.8 Familien	21
3.9 Allgemeine Anforderungen: Die touristische Servicekette	22
▶ 4. Barrierefreie Kristallisationspunkte: Der Weg zu einem barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz	24
4.1 Barrierefreie Kristallisationspunkte in Rheinland-Pfalz	24
4.2 Fallbeispiele	29
▶ 5. Weitere Elemente für barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz	34
5.1 Qualitätskriterien	34
5.2 Kennzeichnung von Betrieben	38
5.3 Erhebung von Betrieben	38
5.4 Datenbank & Website	38
5.5 Integration von Barrierefreiheit in bestehende Urlaubsthemen	38
▶ 6. Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit: Was kann mein Betrieb tun?	40
▶ 7. Anhang	49
7.1 Checkliste Kriterien der Stufe 1	49
7.2 Selbstverpflichtung im barrierefreien Tourismus	50
7.3 Checkliste Kriterien der Stufe 2	52
7.4 Ansprechpartner und Adressen	54
7.5 Literaturempfehlungen und Links	54



# Vorwort

Rheinland-Pfalz ist ein besonders gastfreundliches Reiseland. Dabei ist es für uns Gastgeber ein Gebot des Miteinanders, Menschen mit Behinderung eine gleichberechtigte Teilnahme am Urlaub zu ermöglichen. Die Umsetzung der Barrierefreiheit entspricht einer vorausschauenden und nachhaltigen Gestaltung unserer Lebensumwelt. Unser Wunsch ist es, vorhandene und neue Angebote so zu gestalten, dass auch mobilitätseingeschränkte Urlauber ihre freie Zeit möglichst uneingeschränkt genießen können.

Deshalb engagiert sich das Land schon seit Jahren dafür, barrierefreie Reiseangebote zu entwickeln. Dieser Prozess ist nicht ohne Hürden: Einzelangebote sollen vernetzt, Mobilität am Urlaubsort und zur An- und Abreise gewährleistet und Serviceangebote auf die besonderen Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet werden. Weil dieser Prozess nicht flächendeckend und auch nicht überall gleichzeitig umgesetzt werden kann, wollen wir deshalb in mehreren Schritten vorwärts gehen, die zusammengenommen aber das Angebot an barrierefreien Reiseangeboten in Rheinland-Pfalz sukzessive erhöhen. Koordiniert durch die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) haben zahlreiche Akteure in einer Steuerungsgruppe bestehend aus Touristikern, DEHOGA, Ministerien und Interessensverbänden eine Strategie erarbeitet, welche

- die Sensibilisierung der touristischen Akteure als wichtige Voraussetzung betrachtet,
- mit praxiserprobten Kriterien und Fragebögen dabei hilft, barrierefreie Angebote zu erfassen, zu bewerten und
- Sie auf dem Weg zu einem barrierefreien Angebot unterstützt.

Ich freue mich, wenn Sie aktiv an der Umsetzung dieser Strategie mitwirken!

Ihre

Eveline Lemke  
Ministerin für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung.



**Eveline Lemke**  
Ministerin für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung  
Rheinland-Pfalz

## 1. Warum eine Strategie zum barrierefreien Tourismus?

Der hohe Qualitätsanspruch an den Urlaub in Rheinland-Pfalz, der in der Tourismusstrategie 2015 fest verankert wurde, schließt ausdrücklich barrierefreie Urlaubsangebote mit ein. Dabei ist barrierefreier Tourismus in Rheinland-Pfalz ein wichtiger Beitrag zur mittel- bis langfristigen Wettbewerbsfähigkeit.

Barrierefreier Tourismus ist ein echter Wachstumsmarkt. Das hat mehrere Gründe: Zum einen steigt die Anzahl der Gäste, die aufgrund ihres fortgeschrittenen Alters oder einer Behinderung auf Barrierefreiheit angewiesen sind. Zum anderen wünschen mehr und mehr Gäste komfortable und qualitativ hochwertige Urlaubserlebnisse mit individuellem Service.

Barrierefreiheit ist dafür eine wichtige Grundlage und unabdingbarer Angebotsbestandteil. Denn Barrierefreiheit ist – richtig verstanden und umgesetzt – nicht nur ein Beitrag zur eigentlich selbstverständlichen Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am gesellschaftlichen Leben und am Tourismus. Barrierefreiheit ist ein Qualitätsmerkmal, das von Gästen jeden Alters geschätzt und vermehrt eingefordert wird. Familien mit kleinen Kindern profitieren von einer großzügig bemessenen, ebenerdigen Dusche oder einer Abstellmöglichkeit für den Kinderwagen ebenso wie ein Rollstuhlfahrer oder ein älterer Gast mit Rollator. Jeder Gast mit einem schweren Koffer

wünscht sich einen stufenlosen Zugang zu seinem Hotelzimmer und jeder profitiert von einer übersichtlich gestalteten und einfach zu bedienenden Internetseite.

Aus Sicht des Gastes ist es wichtig, komplette Reiseerlebnisse entlang der touristischen Servicekette vorzufinden. Aus diesem Grunde streben die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH und ihre Partner an, Anbieter aus möglichst vielen Bereichen für den barrierefreien Tourismus zu gewinnen. Ziel für Rheinland-Pfalz ist die Verbesserung des verfügbaren Reiseangebotes für mobilitätseingeschränkte Menschen, die Steigerung und langfristige Sicherung der Nachfrage sowie die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Landes und der rheinland-pfälzischen Regionen.

In Orten und Regionen, die dieses Ziel verfolgen wollen, begleitet die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) einen Entwicklungsprozess zum barrierefreien Tourismus: Dabei werden unterschiedliche, für den Gast interessante Betriebe und Angebote in einem Ort oder einer Region für den barrierefreien Tourismus erschlossen und miteinander vernetzt. Gegenwärtig begleitet die RPT diesen umfassenden Entwicklungsprozess in Deidesheim und Bad Neuenahr-Ahrweiler.

Dieser Leitfaden will sensibilisieren und interessieren. Er soll Anregung

und Hilfestellung für Regionen, Orte und Betriebe sein, die sich mit dem Thema barrierefreies Reisen nachhaltig beschäftigen möchten. Er gibt Hinweise für strategische Entscheidungen, benennt aber auch Einzelmaßnahmen, die von Anbietern ohne hohe Kosten und Arbeitsaufwand umgesetzt werden können.

**Kontaktieren Sie uns, wenn Sie Fragen haben. Die RPT unterstützt Sie gerne! Projektmanagement Barrierefreies Rheinland-Pfalz, Karina Krauß: Tel.: +49 (0)261/91520-66, krauss@rlp-info.de Weitere Informationen finden Sie unter [www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)**

## 2. Barrierefrei und komfortabel: Chancen eines barrierefreien Tourismus

### Barrierefreier Tourismus – lohnt sich das?

Barrierefreiheit ist nicht nur ein Gebot sozialen Anstandes und respektvollen Umgangs miteinander: Barrierefreier Tourismus ist ein echter Wachstumsmarkt mit hohen Einnahmemöglichkeiten. Mit dem demografischen und gesellschaftlichen Wandel geht ein stetiges Anwachsen der Nachfrage nach barrierefreien Urlaubsangeboten einher.

### Unsere Gegenwart

Im Jahr 2009 waren 7,1 Mio. Menschen als Schwerbehinderte bei

den Versorgungsämtern gemeldet. Das entspricht einem Anteil von rund 8,7 % der Bevölkerung; die Tendenz ist steigend. Ihre erheblichen wirtschaftlichen Potenziale belegt eine Studie des Bundeswirtschaftsministeriums<sup>1</sup>: Demnach werden allein durch behinderte Gäste touristische Umsätze in Höhe von 2,5 Milliarden Euro pro Jahr generiert. Die konsequente Umsetzung barrierefreier Angebote würde zusätzliche Wachstumsimpulse von bis zu 4,8 Mrd. Euro schaffen, was einem Äquivalent von 90.000 Vollzeit Arbeitsplätzen entspricht.

Der wirtschaftliche Nutzen des barrierefreien Tourismus für Tourismusregionen und Anbieter ist jedoch weitaus größer. Denn der barrierefreie Tourismus bedient nicht nur die Ansprüche behinderter Gäste, sondern schafft ein Qualitätsmerkmal, das allen Gästen zugute kommt. Insbesondere ältere Gäste verfügen heutzutage über eine hohe Reiseerfahrung, können ihre Erlebnisse aus anderen Reisezielen vergleichen und stellen hohe Ansprüche an moderne Infrastruktur, Qualität und Service. Barrierefreie Angebote sind ein wichtiger Beitrag zur Profilierung von Orten und Regionen sowie Betrieben im Qualitätstourismus. Sie schaffen einen deutlichen Imagegewinn, der von den Gästen wahrgenommen und geschätzt wird.

1.) Neumann, P & P. Reuber (Hrsg.) (2004): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle. Münster (Münstersche Geographische Arbeiten 47).

### Ein Blick in die Zukunft:

#### Wir werden älter

Der Anteil älterer Menschen in der Gesellschaft steigt stetig. Waren im Jahre 2010 gut 20 % aller Deutschen über 65 Jahre alt, werden es im Jahre 2050 gut 30 % sein (vgl. Abbildung 1). Diese Entwicklung führt aber auch zu einem Anstieg von Menschen, die zwingend auf Barrierefreiheit angewiesen sind. Denn mit zunehmendem Alter steigt die Wahrscheinlichkeit einer Behinderung. So sind über 50 % aller schwerbehinderten Menschen 65 Jahre oder älter, während lediglich

4,5 % der Schwerbehinderten unter 25 Jahre alt sind (vgl. Abbildung 2). Auch chronische Erkrankungen (u. a. Schlaganfall, Diabetes mellitus, entzündliche Erkrankungen der Gelenke) treten überwiegend erst im fortgeschrittenen Lebensalter auf. Trotz Mobilitätseinschränkungen oder chronischen Erkrankungen will man aber auf Urlaub nicht verzichten.

Rheinland-Pfalz will dieser Zielgruppe in der Zukunft zahlreiche Reiseangebote bieten.

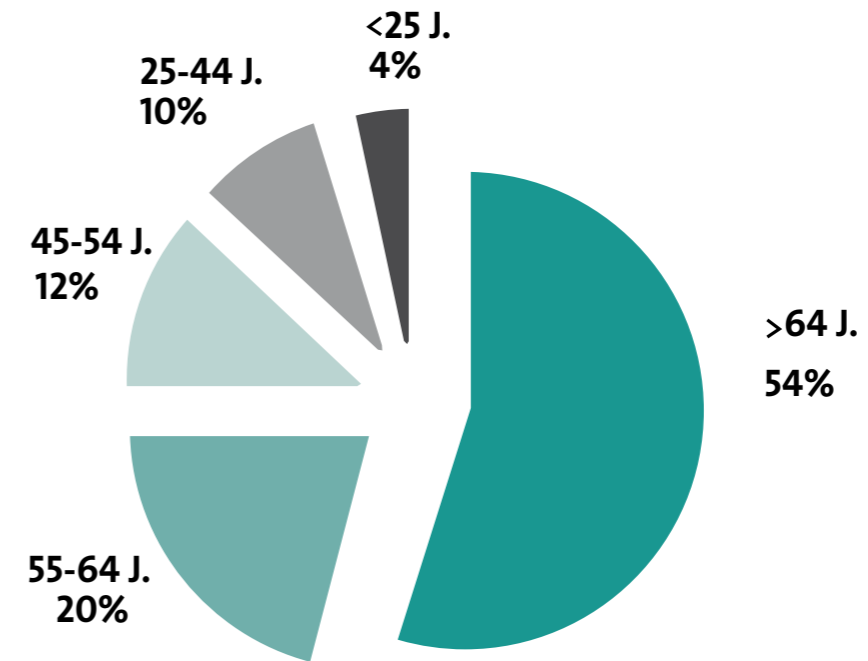
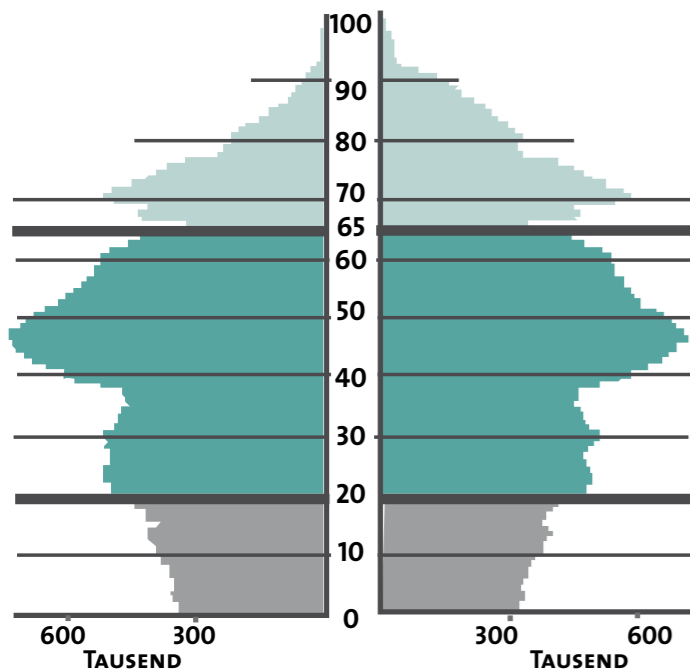


Abbildung 2: Zusammenhang Alter und Behinderung<sup>3</sup>

#### ALTERSAUFBAU: 2010 DEUTSCHLAND



#### ALTERSAUFBAU: 2050 DEUTSCHLAND

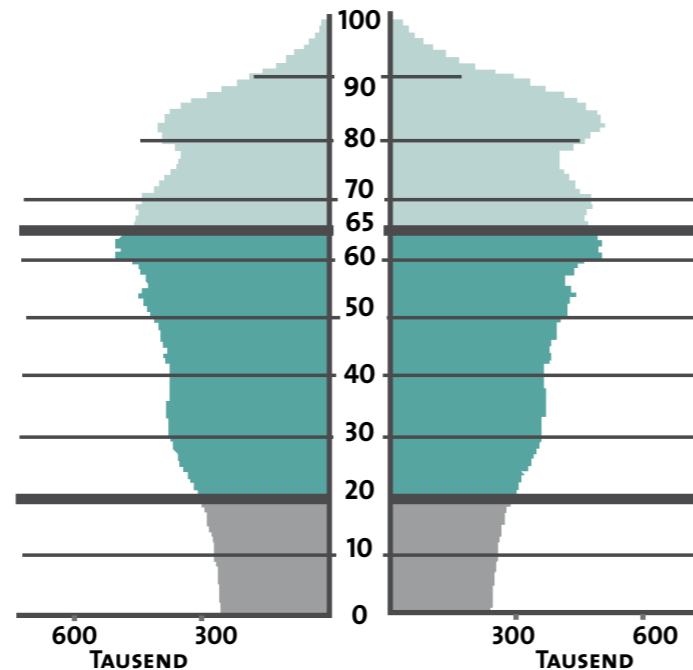


Abbildung 1: Alterspyramide für die Jahre 2010 und 2050<sup>2</sup>

#### Wir werden unternehmungslustiger

Ältere Gäste sind eine bedeutende Zielgruppe im Tourismus. Im Vergleich zu früheren Jahren bleiben sie bis ins hohe Alter aktiv und verreisen oft und gerne. Sie haben eine große Konsumerfahrung sowie eine hohe Kaufkraft und sind bereit, mehr auszugeben, wenn die Leistung stimmt. Dies und die Tatsache, dass ältere Menschen vermehrt in der Nebensaison reisen, macht die sogenannten „Best Ager“ zu einer äußerst attraktiven Zielgruppe – auf deren Ansprüche sich der Tourismus jedoch einstellen muss. Denn viele ältere Gäste sind z. B. durch chronische Erkrankungen oder altersbedingten

Verschleiß in ihrer Mobilität eingeschränkt und auf barrierefreie Angebote angewiesen.

Regionen und Anbieter, die diese wichtige Zielgruppe erreichen wollen, setzen konsequent auf Barrierefreiheit und kennen die Bedürfnisse ihrer Gäste.

#### Was bedeutet das für den Tourismus?

Barrierefreiheit stellt ein zusätzliches Qualitätsmerkmal dar, das es in die bestehenden (und neuen) Attraktionen und Dienstleistungen an Urlaubsorten zu implementieren und zu integrieren gilt:

2.) <http://www.destatis.de/bevoelkerungspyramide>

3.) Statistisches Bundesamt (2007): Soziale Leistungen: Schwerbehinderte Menschen. Fachserie 13, R 5.1 (eigene Darstellung)

### **Barrierefreiheit als Komfortmerkmal**

Mit barrierefreien Reiseangeboten sollen möglichst viele Zielgruppen erreicht werden. Moderne barrierefreie Hotelzimmer können ansprechendes Design und „unsichtbare“ Barrierefreiheit vereinen wie z.B. bei den Hotelgruppen Scandic oder Melia. Auch komfortorientierte Kommunikationslösungen, die den Informationszugang bei besonderen Bedürfnissen vereinfachen, schaffen einen Mehrwert und Komfort für Alle und wenden sich somit nicht nur an behinderte Gäste. Ausgrenzende Sonderlösungen sind hingegen nicht mehr zeitgemäß und zu vermeiden.

### **Touristische Themen, Motive und Urlaubsformen**

Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen entscheiden

sich, wie alle anderen Reisenden auch, für eine Destination aufgrund ihrer Motive, Interessen und Vorlieben. Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal und Basisanforderung sollte daher grundsätzlich bei allen Angeboten und Themen (z. B. Radfahren, Wandern, Gesundheitstourismus, Weintourismus) gewährleistet werden. Bei der Angebotsplanung und -gestaltung ist ein Vorgehen nach Themen sinnvoll und notwendig. Differenzierte Produkte, orientiert an Urlaubsformen z. B. hinsichtlich barrierefreier Unterkünfte, sind hierfür erforderlich: Neben barrierefreien Hotels müssen z. B. auch barrierefreie Ferienwohnungen, Campingeinrichtungen, Jugendherbergen oder Unterkünfte für den Urlaub auf dem Bauern- oder Winzerhof angeboten werden.



Auch Gäste mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen legen Wert auf ein schönes Ambiente (Panoramahotel am Rosengarten, Neustadt)

### **STELLUNGNAHME VON STEFAN WEMHOENER, GESCHÄFTSFÜHRER TOURIST SERVICE GMBH DEIDESHEIM**

„Das Thema „Barrierefreiheit“ hat für die Stadt Deidesheim eine hohe Bedeutung, da es nicht nur für einzelne Gruppen von Menschen wichtig ist, sondern auch mit einem besonderen Komfort für alle Gäste und die einheimische Bevölkerung verbunden ist. Als Mitglied bei „cittaslow“, einer Vereinigung lebens- und liebenswerter Städte weltweit,



ist es ein wichtiges Ziel für uns, wieder mehr den Menschen in den Vordergrund der Entwicklung der Stadt Deidesheim zu rücken. Ein sanierter historischer Marktplatz mit vielen Sitzmöglichkeiten und ohne Stolperfallen, eine barrierefrei zugängliche Tourist-Information, ein Erlebnispark für alle Generationen oder barrierefrei eingerichtete Unterkunftsmöglichkeiten, Restaurants und Weinstuben sind erste Schritte hin zu einem „Urlaubs- und Weinerlebnis ohne Barrieren“ in der Urlaubsregion Deidesheim.“

### **Gastfreundschaft für Alle als Merkmal der Servicequalität**

Neben der baulichen Infrastruktur ist der Bereich Servicequalität von zentraler Bedeutung für die Zufriedenheit der Gäste. Hieraus folgt, dass die individuellen Bedürfnisse möglichst aller Gäste von Beginn an im Qualitätsmanagement und bei der direkten Kundenansprache von Unternehmen und Destinationen integriert werden müssen.

### **Attraktivität und Barrierefreiheit ist kein Widerspruch**

Attraktivität, Ästhetik und Design dürfen bei der barrierefreien Gestaltung nicht außer Acht gelassen werden. Barrierefreie Angebote sollten nicht nur funktional, sondern auch ästhetisch ansprechend gestaltet sein.

### **Information und Kommunikation für Alle**

Die Information des Gastes über die Zugänglichkeit und Erlebbarkeit von Angeboten ist Grundvoraussetzung zum Erfolg im barrierefreien Tourismus. Grundsätzlich gilt, dass Informationen aktuell und zutreffend sein müssen - eine Enttäuschung des Gastes durch falsche Versprechungen ist unbedingt zu vermeiden. Die Ansprache des Gastes erfolgt über Emotionen, Themen und Reiseanlässe, nicht über seine etwaigen Einschränkungen. Kommunikationsmedien müssen so gestaltet sein, dass sie von den Gästen tatsächlich genutzt werden können.

## Barrierefreier Tourismus – 9 gute ökonomische Gründe<sup>4</sup>:

### 1. Erhebliches Marktvolumen

Ältere und behinderte Gäste bieten ein großes, immer noch nur ansatzweise erschlossenes Marktpotenzial. Durch barrierefreie Gestaltung können neue Gäste gewonnen und Stammgäste gebunden werden.

### 2. Synergieeffekte für Alle

Barrierefreiheit bedeutet eine Angebotsverbesserung für Alle, insbesondere auch für Familien und ältere Gäste. Barrierefreiheit ist für etwa 10 % der Bevölkerung unentbehrlich, für 40 % notwendig und für 100 % komfortabel.

### 3. Großes Marktwachstum

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels wird die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten deutlich steigen.

### 4. Präferenz für Deutschland

Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen, aber auch ältere Gäste, verbringen im Vergleich zu anderen Urlaubern ihren Urlaub häufiger in deutschen Reisegebieten.

### 5. Höhere Auslastung in der Nebensaison

Aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste reisen in stärkerem Maße als andere Urlauber in der Nebensaison. Barrierefreier Tourismus ist eine Chance für die Saisonverlängerung und höhere Auslastung der Betriebe v. a. in der Nebensaison.

### 6. Zusätzliches Nachfragepotenzial durch Begleitpersonen

Gäste mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen reisen häufig in Begleitung. Außerdem bestimmen die Anforderungen und Wünsche aktivitäts- und mobilitätseingeschränkter Gäste maßgeblich die Reiseentscheidung.

### 7. Größere Reisezieltreue

Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen sind vor dem Hintergrund erschwerter Reisebedingungen erfahrungsgemäß eher dazu bereit, ein bewährtes Reiseziel mehrfach zu besuchen und dieses auch weiterzuempfehlen.

### 8. Wettbewerbsvorteile, Profilierung und Imagegewinn für Betriebe, Orte und Regionen

Mit einer barrierefreien Gestaltung können sich Tourismusorte, -regionen und Betriebe profilieren und damit eine Verbesserung der Wettbewerbsposition erreichen. Barrierefreier Tourismus trägt zur Qualitätssicherung und Leistungssteigerung der touristischen Akteure bei.

### 9. Höherer Nutzen auch für die regionale Bevölkerung

Von einer barrierefreien Gestaltung eines Tourismusortes bzw. einer Region profitieren auch Einwohner und Tagesgäste.



Bei abgesenktem Tresen ist eine Kommunikation auf Augenhöhe möglich (Touristinformation Deidesheim)

**Unsere Vision:** Es gibt viele und gute Gründe für barrierefreien Tourismus. Unsere Vision ist es, dass behinderte Menschen zukünftig ohne Barrieren aus einem reichhaltigen Angebot touristischer Erlebnisse in Rheinland-Pfalz wählen und diese vor Ort ohne Einschränkungen genießen können. Die Reiseangebote aus Rheinland-Pfalz enthalten wichtige Hinweise für behinderte Menschen. Dadurch können die Gäste auf einen Blick erkennen, welches Angebot Leis-

tungen ohne Barrieren bietet und selbstständig entscheiden, ob ein Reiseangebot für sie geeignet ist. Mit Hilfe einer Internetdatenbank stellt sich der Kunde selbst seine Wunschleistung zusammen. Die Internetseiten sind barrierefrei, die Anreisemöglichkeiten vielfältig.

*Eine Zukunftsvision? Sicher – aber eine, die erreichbar ist!*

4.) Vgl. ADAC (Hrsg.) (2003): Barrierefreier Tourismus für Alle – Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote. München.

### 3. Die Anforderungen der Gäste an einen barrierefreien Tourismus

Grundvoraussetzung für die Entwicklung eines barrierefreien Tourismus ist das Verständnis für die spezifischen Belange von Gästen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen sowohl bei den Betreibern einzelner touristischer Angebote als auch bei den Verantwortlichen und Entscheidungsträgern im Tourismus einer Region.

Dies setzt die Kenntnis von Bedürfnissen der Gäste sowie möglichen Problemsituationen voraus. Nun gibt es nicht die eine Behinderung, sondern eine Vielzahl von Behinderungsformen mit jeweils zum Teil sehr spezifischen Anforderungen. Um die unterschiedlichen Anforderungsprofile besser verstehen zu können, werden in den Abschnitten 3.1 bis 3.8 die Problemsituationen mit den jeweiligen Lösungsansätzen für unterschiedliche Gästegruppen dargestellt.



Bei langen Ansteigungen bieten Zwischenpodeste die Möglichkeit, sich auszuruhen

#### Barrierefreier Tourismus – Für wen?

Barrierefreier Tourismus soll allen Gästen zugute kommen. Auf Barrierefreiheit im weitesten Sinne sind besonders angewiesen:

- **Rollstuhlfahrer**
- **Gäste mit Gehschwierigkeit oder Mobilitätseinschränkung**
- **Gäste mit Sehschwierigkeiten und blinde Menschen**
- **Gäste mit Hörschwierigkeiten und gehörlose Menschen**
- **Gäste mit Lernschwierigkeiten und geistig behinderte Menschen**
- **Gäste mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten**
- **Ältere Gäste**
- **Familien mit kleinen Kindern**

Die wenigsten Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen wählen ihr Urlaubsziel nur aufgrund der dortigen barrierefreien Angebote aus. In einem ersten Schritt orientieren sie sich - wie alle anderen Reisenden auch - anhand ihrer Interessen und Vorlieben. Insbesondere für mobilitätseingeschränkte Individualurlauber ist dann in einem zweiten Schritt die Zugänglichkeit einzelner Angebote des Urlaubsziels ein wichtiges Entscheidungskriterium.

Für den einzelnen Betrieb bedeutet dies, dass neben der Barrierefreiheit die Qualität des Kernangebots von hoher Bedeutung ist. Ein Restaurant kann z.B. nicht ausschließlich mit seiner Barrierefreiheit punkten. Wenn die Qualität der Speisen nicht stimmt, werden die Gäste dennoch ausbleiben.

Darüber hinaus wählen die wenigsten Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen ihr Urlaubsziel aufgrund eines einzelnen schönen, barrierefreien Angebots aus. Neben geeigneten Übernachtungsangeboten ist es für den Gast mit Einschränkungen – wie für jeden anderen Gast ebenso wichtig, was er vor Ort erleben kann. Für Kommunen bedeutet dies, dass die Barrierefreiheit im Ganzen betrachtet werden muss, also bei allen Betrieben und Infrastrukturen, die für den Gast von Interesse sind.

Unter 3.9 finden Sie nähere Ausführungen dazu, welche Elemente der touristischen Servicekette für den Gast von Bedeutung sind und bei den Überlegungen zum barrierefreien Tourismus mit bedacht werden sollen. Für Betriebe bedeutet dies, dass sie sich mit anderen Anbietern vor Ort vernetzen sollen, um dem Gast aufzeigen zu können, was er auch mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen vor Ort alles erleben kann. Wie in diesem Kapitel skizziert, können die Anforderungen von Gästen mit Mobilitäts-

oder Sinneseinschränkungen vielfältig sein und sich teilweise sogar gegenseitig ausschließen. Nicht alle skizzierten Schwierigkeiten können von touristischen Akteuren beseitigt werden. Oftmals leisten aber auch kleine Maßnahmen einen wichtigen Beitrag zur Vervollständigung der Servicekette. Neben den folgenden Ausführungen zu den Anforderungen der verschiedenen Zielgruppen finden Sie auch in Kapitel 6 weitergehende Informationen darüber, mit welchen Maßnahmen die Barrierefreiheit in Kommunen und einzelnen Betrieben erhöht werden kann.

#### 3.1 Rollstuhlfahrer

Rollstuhlfahrer werden unter allen behinderten Menschen am deutlichsten wahrgenommen, weil die Behinderung durch das Hilfsmittel Rollstuhl am ehesten sichtbar ist. Allerdings gibt es auch hier sehr unterschiedliche Ausprägungen. Es gibt Rollstuhlfahrer, die sich sehr selbstständig am Urlaubsort bewegen können, andere jedoch benötigen ständige Hilfe und sind daher in ihrer individuellen Mobilität stark eingeschränkt. Auch bei der Akzeptanz der Hilfsmittel sind die Ansprüche bzw. Anforderungen unterschiedlich. So möchte nicht jeder Rollstuhlfahrer z. B. bei einer Steigung geschoben werden, andere hingegen freuen sich über jede Unterstützung. Menschen mit Elektrorollstühlen haben wiederum andere Anforderungen an die Infrastruktur.

Für alle Rollstuhlfahrer stellen Schwellen, Stufen und Unebenheiten häufig unüberwindliche Hindernisse dar. Barrieren sind auch zu hohe Counter- und Empfangsbereiche, zu schmale Türen sowie zu kleine Bewegungsflächen, die die Bewegungsfreiheit stark einschränken.

Probleme bereiten Rollstuhlfahrern häufig nicht erreichbare Bedienungselemente, die entweder zu hoch angebracht oder durch Hindernisse blockiert sind. Dazu zählen Bedienungselemente aller Art wie auch der Duschkopf in der Dusche.

Auch die fehlende Unterfahrbarkeit von Einrichtungsgegenständen stellt häufig ein Problem dar. Gerade Esstische oder Küchenarbeitsplatten und -geräte in Ferienwohnungen sollten so angeordnet sein, dass sie vom Rollstuhl aus gut zugänglich sind. Dasselbe gilt für das Waschbecken im Badezimmer.



unterfahrbare Ausstellungselemente (Hambacher Schloss, Neustadt)

### 3.2 Menschen mit Gehschwierigkeiten

Gehbehinderungen können sehr unterschiedliche Ursachen haben. Davon können Menschen mit einer chronischen Gehbehinderung ebenso betroffen sein wie Menschen, die aufgrund eines Unfalls nur vorübergehend in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Aber auch Eltern mit Kinderwagen oder einfach nur Menschen, die gerade mit viel Gepäck unterwegs sind, sind vorübergehend in ihrer Mobilität eingeschränkt. Im Vergleich zu den anderen Behinderungsformen ist daher ein ungleich höherer Prozentsatz der Bevölkerung zumindest temporär von einer Gehbehinderung betroffen. Anders als bei Rollstuhlfahrern wird eine Gehbehinderung in der Öffentlichkeit nicht notwendigerweise auf den ersten Blick wahrgenommen. Dies trifft gerade auf ältere Menschen zu, deren Einschränkung häufig nicht auf eine spezielle Behinderung, sondern auf einen nach außen nicht sichtbaren altersbedingten körperlichen Verschleiß zurückzuführen ist.

So unterschiedlich die Ursachen für eine Gehbehinderung sind, so verschieden sind die Anforderungen an die barrierefreie Gestaltung der Umwelt. Gemein sind aber allen gehbehinderten Menschen Probleme mit langen Wegstrecken und mit größeren Steigungen sowie mit Schwellen und Stufen. Je nach der

Schwere der Gehbehinderung sind dies Barrieren, die von gehbehinderten Menschen nicht oder nur mit großen Anstrengungen überwunden werden können. Abhilfe schaffen hier beispielsweise Zugänge und Wege mit abgesenkten Stufen oder Kanten. Bei unvermeidbaren Treppen sind zumindest griffsichere Geländer anzubringen. Erleichterung verschaffen gehbehinderten Menschen häufig aber auch bereits zusätzliche Sitzmöglichkeiten oder der Service eines Personen- und Gepäcktransportes.



Halterung für Gehstöcke etc. am Rezeptionscounter

### 3.3 Menschen mit Sehschwierigkeiten und blinde Menschen

Zwischen den Anforderungen von sehbehinderten und von blinden Menschen ist deutlich zu unterscheiden. Z.B. gibt es partielle Sichteinschränkungen, Schwierigkeiten bei der Erkennung bestimmter Farben bis hin zur totalen Erblindung.



Tastatur mit Brailleschrift im Fahrstuhl

Eine blinde Person sieht nicht oder nur sehr schlecht (ein Mensch gilt ab einer Restsehschärfe von unter 2 % als blind), „fühlt“ dagegen über andere Sinne (Tast-, Gehör-, Geruchssinn) oftmals mehr als andere. Eine sehbehinderte Person sieht nicht gut, verfügt aber über ein gewisses Sehvermögen. Durch eine Sehbehinderung sind die anderen Sinne oft ausgeprägter und differenzierter entwickelt.

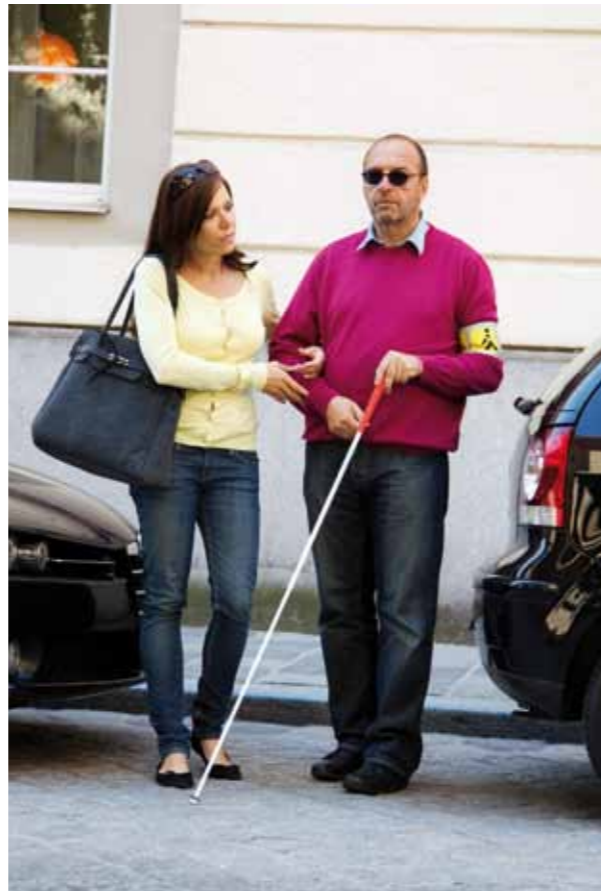
Die Problemsituationen sind für sehbehinderte und blinde Menschen zwar häufig ähnlich, dennoch gibt es einige grundsätzliche Unterschiede. Gemein ist beiden Gruppen die Schwierigkeit, sich in unbekannter Umgebung, insbesondere im öffentlichen Raum, gut zurecht zu finden. Es ist daher von zentraler Bedeutung, dass Flächen und Wege frei zugänglich und nicht blockiert sind.



Für sehbehinderte Menschen sollten wichtige Informationen durch eine entsprechende optische Gestaltung in Bezug auf Kontraste, Farbe, Form und Größe vermittelt werden. Dies betrifft den öffentlichen Raum ebenso wie Unterkünfte und Gastronomie sowie Freizeit- und Kulturinstitutionen, beinhaltet aber auch z. B. touristische Publikationen. So sind Image- und Angebotskataloge für sehbehinderte Menschen häufig ebenso wenig lesbar, wie deren Internetauftritte.

Weiterhin hilft es blinden Menschen, wenn sie die Möglichkeit haben, Objekte oder Personen zwecks genauer Identifikation berühren zu können. Darüber hinaus helfen blinden Menschen klare, eindeutige Erklärungen und genaue Beschreibungen, sich in der Umgebung besser zurechtzufinden sowie Wege und Hindernisse wahrzunehmen. Deshalb sollten Angebote von persönlichen Führungen ebenso im Service enthalten sein, wie z.B. die Aufnahme von Blindenhunden oder die Bereitstellung bestimmter Hilfsmittel wie z. B. Speisekarten in Blindenschrift oder tastbare Orientierungspläne.

Internetauftritte müssen für blinde Menschen zugänglich sein. Informationen sollten dabei auch akustisch vermittelt werden können oder durch andere technische Hilfsmittel zu erfassen sein. Bei einer sauberen barrierefreien Programmierung nach internationalen Standards wie z.B. WCAG oder BITV ist dies immer möglich, da so gestaltete Webseiten von Leseprogrammen (sog. Screenreadern) vorgelesen werden können.



Elektrische Türöffner erleichtern den Zugang bei schwergängigen Türen

### 3.4 Menschen mit Hörschwierigkeiten und gehörlose Menschen

Bei hörbehinderten und gehörlosen Menschen ist die Behinderung für die Umwelt auf den ersten Blick meist nicht erkennbar.

Akustische Signale werden schlecht oder überhaupt nicht wahrgenommen, so dass die Kommunikation im Wesentlichen auf visueller Basis erfolgen muss. Viele gehörlose Menschen beherrschen die Gebärdensprache oder sind in der Lage, durch Lippenlesen einiges zu ver-

stehen. Daher ist es wichtig, dass zu gehörlosen Menschen Blickkontakt gehalten und im Gespräch auf eine ruhige und deutliche Aussprache geachtet wird. Dies ist auch für Gespräche mit hörbehinderten Menschen wichtiger als eine hohe Lautstärke. Eine gute Beleuchtung ist daher notwendig.

Bei Gästen mit einer dolmetschenden Begleitperson ist der Gast ebenso in das Gespräch mit einzubeziehen wie die Begleitperson.

Für die Urlaubsplanung und auch während des Urlaubs sind schriftliche und leicht verständliche Informationen für gehörlose Menschen noch wichtiger als für Reisende ohne Hörbehinderung, damit sie die wichtigsten urlaubsrelevanten Informationen nachlesen können. Wichtig ist es, einen Ersatz für akustische Signale, beispielsweise für das Klingeln des Telefons oder der Öffnung der Zimmertür, anzubieten. Hier kann Hilfe geboten werden, indem z.B. akustische Signale in optische Signale (etwa über die Zimmerbeleuchtung) umgewandelt oder zusätzlich angeboten werden (z. B. Wecker mit Blitz- oder Vibrationsfunktion).

Gehörlose Menschen benötigen häufig mehr Zeit, um im Gespräch ihr Anliegen vorzubringen. Der Umgang mit gehörlosen Menschen erfordert daher seitens der Mitarbeiter touristischer Einrichtungen ein stärkeres Einfühlungsvermögen und höhere Servicebereitschaft.



### 3.5 Menschen mit Lernschwierigkeiten und geistig behinderte Menschen

Menschen mit Lernschwierigkeiten und geistig behinderte Menschen brauchen häufig etwas länger Zeit und Ruhe, um Informationen verstehen zu können. So ist eine gängige Erklärung im Rahmen einer Stadtführung oder eines Hotel-Check-In für Menschen mit Lernschwierigkeiten oftmals ebenso wenig verständlich wie schriftliche Informationen mit viel Text ohne Bebilderung. Es ist daher besonders wichtig, dass in kurzen, einfachen, aber grammatikalisch korrekten Sätzen gesprochen und geschrieben wird.

Die sog. KISS –Regel („Keep It Short And Simple“ – “Drücke es einfach und verständlich aus“) sollte daher beim Informationsangebot berücksichtigt werden. Hilfreich sind z.B. die Benutzung bekannter Beispiele zur näheren Erläuterung und eine zusätzliche bildliche Darstellung. Eine bebilderte Speisekarte ist z. B. eine große Hilfe, von der auch Menschen, die nicht lesen können oder ausländische Gäste, die die Sprache nicht gut beherrschen, profitieren.

**Für blinde Gäste wichtig, für alle anderen ein tolles Erlebnis: Hörproben in einer Ausstellung, die mehrere Sinne anspricht (Hambacher Schloss, Neustadt)**

### 3.6 Menschen mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten

Allergien sind inzwischen zu einer Volkskrankheit geworden. Rund jeder vierte Erwachsene und fast jedes dritte Kind werden von Heuschnupfen und Co. geplagt. Somit sind allergiemindernde Maßnahmen geeignet, das Wohlbefinden einer sehr großen Gästezahl zu verbessern.

Ein Tourismusbetrieb kann sich nicht auf alle Gäste mit Allergien einstellen; zu groß ist die Bandbreite möglicher Allergien und zu gravierend die Auswirkungen, wenn vom Leistungsträger gemachte Aussagen nicht eingehalten werden. Schließlich können allergische Reaktionen für den Gast schlimme Folgen nach sich ziehen. Dies gilt im touristischen Bereich insbesondere für Nahrungsmittelallergien und -unverträglichkeiten. Hier muss speziell geschultes Personal zum Einsatz kommen, das sich penibel an die Vorgaben der Speisenzubereitung hält. Gerade hier bieten sich den kreativen Gastronomen aber hervorragende Marktchancen, da etwa die Anzahl der an Zöliakie (Glutenunverträglichkeit) erkrankten Menschen stetig steigt und gute Restaurants, die Angebote für diese Gruppe bereit halten, ausgesprochen rar sind. Für viele Gäste ist es aber schon eine große Hilfe, wenn das Personal detailliert Auskunft über

die Inhaltsstoffe der Speisen geben kann oder diese auf der Speisekarte aufgeführt werden.

Im Beherbergungsbereich sollten allergikergerechte Zimmer angeboten werden. Gegen Hausstaubmilben helfen der Verzicht auf Staubfänger wie dicke Teppiche und Vorhänge. Matratzen, Kopfkissen und Bettdecken können mit milbenundurchlässigen Hüllen (sog. Encasings) bezogen werden.



Für Schimmelpilzallergiker sollten Einheiten ohne Zimmerpflanzen und Luftbefeuchter an Heizungen zur Verfügung stehen. Aber auch schon regelmäßiges und ausgiebiges Lüften der Zimmer ist für viele Allergiker eine große Erleichterung.

### 3.7 Ältere Menschen

Die Generation der „Best Ager“ erfreut sich vielfach hervorragender Gesundheit und steht dabei den Jüngeren oftmals in Nichts nach. Dennoch haben ältere Gäste in der Regel besondere Bedürfnisse, die es zu berücksichtigen gilt. Mit fortschreitendem Alter lassen insbesondere die Leistungen der Sinne, aber auch Beweglichkeit und Ausdauer nach; Schwerhörigkeit, Fehlsichtigkeit und raschere Ermüdung sind die Folge. Ältere Menschen leiden zudem häufiger unter chronischen Erkrankungen wie Rheuma oder Kreislaufproblemen. Die daraus resultierenden Einschränkungen entsprechen somit im Wesentlichen den in den vorherigen Kapiteln aufgeführten. Ältere Menschen erwarten außerdem aufgrund ihrer Reiseerfahrung ein hohes Maß an Qualität, Komfort und „überraschenden“ Service (z. B. Lesebrillen-Set, Stock-

und Schirmhalter an der Hotel-Rezeption, erhöhte Betten, persönliche Gespräche mit Mitarbeitern). Auch steigen die Bedürfnisse an Sicherheit, Informationsbedarf, Preistransparenz, Werte und Tradition mit dem Alter.

### 3.8 Familien

Oft wird übersehen, dass gerade Familien – etwa mit kleinen Kindern – zu den großen Profiteuren des barrierefreien Tourismus gehören.

Familien mit Kindern sind nach wie vor eine der größten Zielgruppen im deutschen Tourismus. Über 20 % der Urlaubsreisen werden in Begleitung von Kindern bis 13 Jahren durchgeführt. Familien bleiben trotz ihrer abnehmenden Bedeutung eine quantitativ große Zielgruppe



und daher ein Kernmarkt vieler Destinationen. Allerdings gibt es die klassische Familie (Vater, Mutter und zwei Kinder) immer seltener, neue Formen der Familie wie „Großeltern mit Enkeln“, 1-Kind-Familien, Single-Eltern, Patchwork-Familien u. v. m. zeigen die Heterogenität des Teilmarktes. Familienurlauber in weitem Sinne sind also eine heterogene Zielgruppe mit unterschiedlicher Zusammensetzung bezüglich der Familienmitglieder, Generationen und damit einhergehender Interessen und Bedürfnissen.

Die Segmentierung des Familienmarktes erfordert somit eine differenzierte Zielgruppenansprache, z.B. hinsichtlich des Alters der Kinder oder der Familienzusammensetzung, und ein konsequentes, durchgängiges Konzept, das Infrastruktur, Angebotsgestaltung, Service und Vermarktung und auch barrierefreie Gestaltung einbezieht. Barrierefreie Angebote sind v. a. für Familien mit kleineren Kindern von hoher Bedeutung (z. B. ebener Zugang für Kinderwagen, niedrige Counter- und Tischhöhen) wie auch bei Familien mit aktivitäts- oder mobilitätseingeschränkten oder älteren Familienmitgliedern.



Tastatur mit Brailleschrift

**Beim Wettbewerb „Willkommen im Urlaub – Familienzeit ohne Barrieren“ wurde das Familien-Hotel Hochwald mit dem Bundespreis in Gold ausgezeichnet.** Die Jury hat das Engagement wie folgt bewertet: „Das durchdachte Konzept verdient Respekt. Für die Integration sind die baulichen Voraussetzungen geschaffen. Menschliche Barrieren werden vom tollen Team aus dem Weg geräumt. Kaum einen Wunsch lässt das Familien-Hotel Hochwald offen: Familien finden hier von der Zimmerausstattung über ein großes Aktivitätsangebot bis zur Kinderbetreuung alles, was ihnen leichten und fröhlichen Familienurlaub ermöglicht.“



### 3.9 Allgemeine Anforderungen:

#### Die touristische Servicekette

Um die Bedürfnisse der Gäste bedienen zu können und die damit einhergehenden Marktimpulse voll auszunutzen, ist eine auf die Belange der jeweiligen Zielgruppe zugeschnittene Infra- und Angebotsstruktur unabdingbare Voraussetzung. Ziel muss es sein, eine auf die Zielgruppe ausgerichtete touristische Servicekette zu entwickeln – sowohl auf Betriebs- als auf Destinationsebene.

Dabei setzt sich das touristische Angebot eines Betriebes und erst recht eines Ortes bzw. einer Region aus verschiedenen Teilleistungen zusammen: von der Vorbereitung über die Anreise bis zu konkreten Angeboten (siehe Abbildung 3). Diese Serviceketten sind grundsätzlich für alle Reisenden gleich. Der wesentliche Unterschied besteht aber darin, dass mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste

aufgrund ihrer spezifischen Bedürfnisse in der Regel höhere bzw. spezifischere Anforderungen an die Servicekette und die darin enthaltenen Elemente stellen.

Für Orte und Regionen ist es wichtig, ein barrierefreies Gesamtangebot zu entwickeln, das sich über möglichst viele Elemente der Servicekette erstreckt. Dies kann realistischlicherweise nicht bedeuten, dass von Beginn an alle Bausteine der Servicekette vollständig barrierefrei sind. Wohl aber, dass in möglichst vielen Bausteinen zunächst einzelne barrierefreie Angebote vorhanden sind und die Barrierefreiheit nach und nach auf weitere Betriebe und auf weitere Bausteine der Servicekette ausgeweitet wird.

Die Anforderungen von Gästen an die einzelnen Elemente der touristischen Servicekette sind vielfältig und hängen von den Einschränkungen der jeweiligen

Gästegruppe ab, welche in diesem Kapitel bereits erläutert wurden. So können beispielsweise falsch gestaltete Webseiten Blinden die Vorabinformation zu einem Ort oder einzelnen Betrieben unmöglich machen. Zu hohe Bordsteine im öffentlichen Raum können für allein reisende Rollstuhlfahrer die Fortbewegung unmöglich machen. Zu kleine, nicht ausreichend kontrastreiche Schriften bei Beschilderungen im öffentlichen Raum erschweren Menschen mit Sehschwierigkeiten die Orientierung. Die Liste der Anforderungen an die verschiedenen Elemente der Servicekette ist beliebig erweiterbar, denn jede in diesem Kapitel aufgeführte Zielgruppe hat spezifische Anforderungen an jedes einzelne Element der Servicekette. In Kapitel 6 werden einzelne Vorschläge zu Maßnahmen der verschiedenen Elemente der touristischen Servicekette dargestellt.



Abbildung 3: Die touristische Servicekette (Quelle: Eigene Darstellung nach ADAC 2003)

#### 4. Barrierefreie Kristallisationspunkte: Der Weg zu einem barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz

Kein Betrieb, kein Ort, keine Region kann von heute auf morgen barrierefrei werden. Um Angebote barrierefreier zu gestalten und dem Gast einen Mehrwert bieten zu können, muss eine Vielzahl von Schritten gegangen werden. Wichtig ist, dass ein Prozess zur schrittweisen Verbesserung der Barrierefreiheit in Gang gesetzt wird. Bei diesem Prozess begleitet die RPT ausgewählte Orte mit einer Vielzahl von Maßnahmen. Welche Voraussetzungen ein Ort erfüllen muss, welche Schritte gegangen werden müssen und wie die RPT einen Ort begleitend unterstützt, wird im Folgenden aufgezeigt.

##### 4.1 Barrierefreie Kristallisationspunkte in Rheinland-Pfalz

Die RPT folgt dem Konzept der geschlossenen Servicekette und strebt die Entwicklung von Kristallisationspunkten an. Hierbei handelt es sich um ausgewählte Orte oder Regionen, die Barrierefreiheit als Ziel definieren und über entsprechendes Potenzial verfügen. Ziel ist es, mit Hilfe der RPT innerhalb dieser Kristallisationspunkte barrierefreie Angebote entlang der touristischen Servicekette sukzessive aufzubauen. Hierbei gibt die RPT den Akteuren vor Ort vielfältige Hilfestellung. Es ist dabei (zunächst) nicht not-

wendig, dass die Angebote für alle Gästegruppen nutzbar sind. Kristallisationspunkte können in einer ersten Phase durch Aufbau einer entsprechenden Servicekette auch auf eine spezielle Gästegruppe (z.B. blinde Menschen) ausgerichtet sein. Mittel- bis langfristig wird jedoch der sukzessive Aufbau einer Servicekette für alle Gästegruppen angestrebt.

Eine wichtige Voraussetzung für den Umsetzungserfolg und die nachhaltige Entwicklung eines Kristallisationspunktes ist die genaue Kenntnis der hierfür notwendigen Arbeitsschritte (siehe Abb. 4). Folgendes ist bei der Entwicklung barrierefreier Angebote zu beachten:

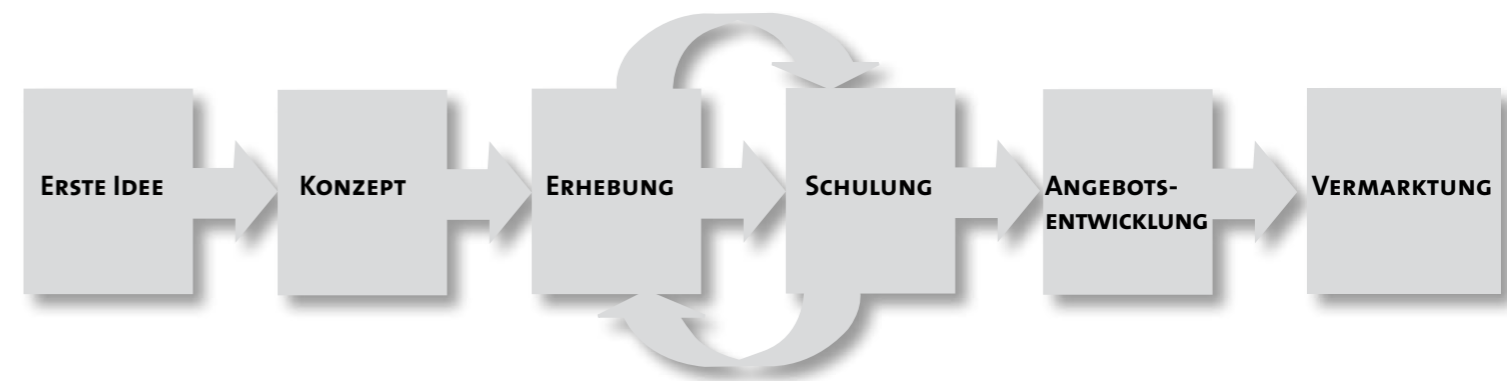


Abbildung 4: Kristallisationspunkte in Rheinland-Pfalz: von der ersten Idee bis zur Vermarktung (Quelle: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH)

##### Erste Idee

Die Entscheidung, ob ein Ort Kristallisationspunkt werden kann, wird gemeinsam von den Akteuren vor Ort und der RPT getroffen. Die Initiative kann dabei von dem Ort, der Kristallisationspunkt werden möchte, der Region oder der RPT ausgehen. Bei der Entscheidung spielen folgende Aspekte eine Rolle und sollten vorab geklärt werden:

- Hat die Kommune bzw. die Region Potential für barrierefreien Tourismus?
- Hat die Kommune oder Region Interesse am Thema Barrierefreiheit?
- Soll ein einzelner Ort Kristallisationspunkt werden oder ist es sinnvoll, dass mehrere Orte zusammenarbeiten, um dem Gast mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkung ein schönes Urlaubserlebnis bieten zu können?

- Wer kann Projektkoordinator vor Ort sein? Der Projektkoordinator sollte ein echtes Interesse am Thema haben, um es den Betrieben glaubwürdig vermitteln zu können. Idealerweise wird die Aufgabe von einem Mitarbeiter übernommen, der im persönlichen Kontakt zu den Betrieben steht.

- Für welche Gästegruppen im barrierefreien Tourismus (Rollstuhlfahrer, Blinde, Sehbehinderte, etc.) und touristische Themenfelder (Wein, Rad, etc.) ist die Kommune bzw. die Region besonders geeignet?
- Was ist das Ziel des Projekts? Sollen lediglich einzelne Angebote geschaffen werden oder dient das Projekt als Startpunkt für eine langfristige strategische Entwicklung der ganzen Kommune?

## Konzept

Es wird gemeinsam ein Konzept entwickelt, wie das Thema barrierefreier Tourismus zukünftig im Kristallisationspunkt vorangetrieben wird. Die Konzeption wird grundsätzlich von den Regionen bzw. der Destination und der RPT erstellt und wird neben den Anforderungen an den barrierefreien Tourismus in RLP auf die Strukturen und die touristische Ausrichtung des Ortes zugeschnitten. Neben dem Projektverantwortlichen vor Ort können auch weitere für das Projekt wichtige Personen, wie z.B. besonders engagierte Betriebe oder Behindertenverbände, an der Konzeptionierung beteiligt werden. Zusätzlich zur Definition der einzelnen Schritte sollen auch Verantwortlichkeiten und Zeitrahmen schriftlich festgehalten werden. Die Kernfragen bei der Konzeption sind:

- Wer ist verantwortlicher Projektkoordinator vor Ort?
- Möchten wir einen Schirmherren für das Projekt? Wer soll das sein?
- Welche Schritte werden in welcher Reihenfolge gemacht? Dies ist insbesondere für Erhebung und Schulung von Bedeutung.
- Welche Betriebe, Anspruchsgruppen (z.B. Politik, Behindertenverbände) möchten wir in das Projekt einbinden?

- Wo bestehen Lücken in der touristischen Servicekette? Gibt es Möglichkeiten diese Lücken zu schließen?
- Wer stellt die Kontaktliste „barrierefreier Tourismus“ zusammen? Wie umfangreich soll sie werden? Dient sie nur zur internen Verwendung für Betriebe oder soll Broschüre für Endkunden zusammengestellt werden?

Auf die Konzeption folgen Gespräche mit geeigneten Betrieben vor Ort. Je nach den Strukturen vor Ort kann eine Informationsveranstaltung zum neuen Projekt sinnvoll sein, um Betriebe für das Projekt zu gewinnen.



Niedriger Wegweiser in serifenloser Schrift (Stiftung Bürgerhospital, Deidesheim).



Datenerhebung unserer Mitarbeiterin

In Frage kommen alle Betriebe entlang der touristischen Servicekette, die die Kriterien der Stufe I erfüllen können

## Erhebung

Mitarbeiter und Kooperationspartner der RPT erheben alle in Frage kommenden Betriebe mit einem standardisierten Erhebungsbogen für die Barrierefreiheit für verschiedene Zielgruppen. Die Liste der Betriebe wird der RPT vom zuständigen Projektkoordinator vor Ort zugestellt. Neben der reinen Datenerhebung werden den Betrieben im Gespräch erste Hilfestellungen und Hinweise gegeben, wie die Situation vor Ort für Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen ver-

bessert werden kann. Die erhobenen Daten werden in die landesweite Datenbank deskline<sup>®</sup> 3.0 eingepflegt. In der Nachbereitung der Erhebungen wird geklärt, ob die Betriebe tatsächlich die Kriterien der Stufe I erfüllen und welche Nachbesserungen erfolgen müssen, um dieses Ziel zu erreichen.

Nach der Erhebung aller relevanten Betriebe eines Kristallisationspunkts wird geklärt, wo für Betriebe, Tourismusorganisationen, Politik und Verbände weiterer Handlungsbedarf besteht, um die Barrierefreiheit im Kristallisationspunkt zu verbessern.

## Schulung

Erhobene Betriebe und Touristiker werden durch die RPT in einer eintägigen Veranstaltung zum barrierefreien Tourismus geschult. Für Betriebe, die für die Stufe 1 im barrierefreien Tourismus in RLP zertifiziert werden möchten, ist die Teilnahme an dieser Schulung verpflichtend. Ziele der Schulung sind die generelle Sensibilisierung für barrierefreien Tourismus, eine Sensibilisierung für die Anforderungen verschiedener Gästegruppen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen, sowie die Vernetzung der Betriebe untereinander.

## Angebotsentwicklung

Nach der Erhebung und Schulung der Betriebe werden in einem weiteren Schritt vor Ort Angebote entwickelt. Die Angebotsentwicklung wird in Form eines Produktworkshops durchgeführt, an dem Tourismusvertreter der Destination, die am Projekt beteiligten Betriebe und ein Vertreter der RPT teilnehmen. Falls die beim Produktworkshop entwickelten Angebote über Regional- oder Landesthemen vermarktet werden sollen, ist zu beachten, dass die einzelnen Bausteine der Produkte die jeweiligen Kriterien der Themen erfüllen müssen. Soll beispielsweise ein Angebot über WeinReich vermarktet werden, so müssen die einzelnen Angebotsbausteine sowohl den Kriterien von Barrierefrei Stufe 1 als auch den Kriterien von WeinReich entsprechen.

Parallel zum Produktworkshop wird eine Kontaktliste zu Barrierefreiheit im Kristallisationspunkt erarbeitet. Die Kontaktliste soll Informationen zur Barrierefreiheit von touristisch relevanten Einrichtungen enthalten, Informationen zur Barrierefreiheit des ÖPNV, sowie Kontakte zu Serviceanbietern. Diese Kontaktliste dient zur Verbesserung der Servicequalität im barrierefreien Tourismus. Sie sollte allen Einrichtungen mit Endkundenkontakt, die Teil des Projekts „Barrierefreier Ort XY“ sind, zur Verfügung gestellt werden. Wer diese Kontaktliste erstellt, wird in der Konzeptionsphase festgelegt.

Möglicherweise möchte sich der Ort langfristig im barrierefreien Tourismus positionieren und die Entwicklung von Angeboten wird nicht als Ergebnis des Projekts, sondern als erster Zwischenschritt in einem längeren Prozess angesehen. In diesem Fall ist es ratsam, mit den Beteiligten vor Ort gemeinsam weitere Ziele zu vereinbaren, gemeinsam ein Handlungskonzept und einen Masterplan zu entwickeln. Eine Arbeitsgruppe aus dem Projektverantwortlichen, den im Thema engagierten Betrieben und Bürgern wäre eine Möglichkeit, barrierefreien Tourismus nachhaltig zu verbessern und die anfallenden Aufgaben zu verteilen.

## Vermarktung

Die Vermarktung der barrierefreien Produkte erfolgt gemeinsam durch örtliche und regionale Tourismusvertreter, den am Projekt teilnehmenden Betrieben und der RPT. Vermarktet werden sollten die Angebote über die gängigen Kommunikationskanäle und -medien. Ein weintouristisches Angebot, das den Kriterien von WeinReich entspricht, sollte auch in den Kommunikationskanälen des WeinReich-Marketings dargestellt werden. Angebote für Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen sollen grundsätzlich genau so beschrieben werden wie sonstige touristische Angebote. Zur Kennzeichnung von Angeboten, welche die Kriterien der Stufe 1 oder 2 erfüllen, soll das Piktogramm zum barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz verwendet werden. Darüber hinaus soll der Hinweis erfolgen, dass detailliertere Informationen zur Barrierefreiheit des Betriebs unter [www.barrierefrei.rlp-info.de](http://www.barrierefrei.rlp-info.de) verfügbar sind. Die Seite wird im Frühjahr 2012 freigeschaltet.

**Bei allen Schritten steht die RPT den beteiligten Partnern unterstützend zur Seite.**

## 4.2 Fallbeispiele

### Kristallisationspunkt Deidesheim

Deidesheim ist mit seinen rund 3.700 Einwohnern eine der größten Weinbaugemeinden der Pfalz. Ne-

ben dem Weinbau bildet der Tourismus mit etwa 42.000 Gästen und 90.000 Gästeübernachtungen pro Jahr (2011) den wichtigsten Wirtschaftsfaktor des Luftkurortes. Hinzu kommen jährlich über 600.000 Tagesgäste.

Der Tourismus in Deidesheim zeichnet sich durch die Angebotsqualität für hochwertigen Individualtourismus aus. Mit den Angeboten der 4-5 Sterne-Hotellerie und Gastronomie sowie den international bekannten Weingütern wird eine Zielgruppe mit überdurchschnittlichem Bildungsstand und Einkommen angesprochen.

Deidesheim hat sich den Herausforderungen gesellschaftlicher Veränderungsprozesse auf den Tourismus bewusst gestellt und will auch die Tourismusedwicklung entsprechend anpassen. So ist Deidesheim seit 2009 als erste Stadt in Rheinland-Pfalz Mitglied der Cittàslow-Bewegung, zu deren Zielen die Verbesserung der Lebensqualität, die Steigerung der kulturellen Diversität und die „Entschleunigung“ zählen. Erste Schritte zur Umsetzung dieser Ziele waren die Sanierung der Innenstadt, verbunden mit der Absenkung von Bordsteinkanten im öffentlichen Raum und die Schaffung sicherer Verkehrswege für Senioren und Kinder. Darüber hinaus wurden eine barrierefreie Touristinfo und ein Erlebnispark für alle Generationen errichtet.



Eine Vielzahl von Betrieben in Deidesheim haben die Zeichen der Zeit erkannt und investieren in barrierefreie Infrastruktur und hohe Servicequalität. Vorbildcharakter hat hier die Stiftung Bürgerhospital mit einem weitgehend barrierefreien Gästehaus und Café. Aber auch privat geführte Weingüter (wie z. B. Geheimer Rat Dr. von Bassermann-Jordan und Weingut von Winning) sowie Gastronomiebetriebe (Restaurant Freudstück) und Beherbergungsbetriebe (z. B. Steigenberger Hotel) können bereits komfortable und barrierefreie Angebote vorweisen.

Neben den Angeboten in Deidesheim wurden auch einzelne touristische Angebote im benachbarten Neustadt an der Weinstraße in das Projekt integriert. So bietet das Hotel Panorama barrierefreie Zimmer, die für Individual- und Gruppenreisende buchbar sind. Das Hambacher Schloss ist nach kürzlichem Umbau barrierefrei zugänglich und das Weingut Schäfer in Neustadt-Mußbach bietet eine Vielzahl an barrierefreien Weinerlebnissen für alle Sinne. Nach einer ersten Anlaufphase des Projekts ist es grundsätzlich möglich, den Kristallisationspunkt auch auf weitere touristische Angebote in der Umgebung von Deidesheim und Neustadt auszuweiten.

Die Rolle des Koordinators für die Entwicklung des Kristallisationspunktes Deidesheim hat die Tourist



**Hambacher Schloss, Neustadt**

Service GmbH Deidesheim übernommen. Interessierte und für barrierefreien Tourismus geeignete Betriebe wurden durch die Tourist Service GmbH Deidesheim angesprochen und zu einem eintägigen Sensibilisierungsseminar der RPT eingeladen. Im Seminar wurde neben einer theoretischen Einführung auch eine Selbsterfahrung durchgeführt, in der die Teilnehmer erleben konnten, auf welche Schwierigkeiten Menschen mit Mobilitäts- oder Sinnes Einschränkungen stoßen. Einige der Teilnehmer, die vorher keine Berührungspunkte mit dem Thema Barrierefreiheit hatten, waren, waren zunächst skeptisch und haben nur auf Anraten der Tourist Service GmbH Deidesheim teilgenommen. Insbesondere bei diesen Teilnehmern konnte der größte „Aha-Effekt“ während des Seminars beobachtet werden. Insgesamt gab es einen regen Austausch der Teilnehmer untereinander, erste Ideen zu Kooperationen wurden entwickelt und Ideen zu

einfachen, aber wirkungsvollen Verbesserungen in den eigenen Betrieben ausgetauscht. Im Produktworkshop wurden gemeinsam geeignete Angebote identifiziert und diese unter zielgruppenspezifischen Gesichtspunkten miteinander vernetzt.

Gemeinsam mit den im Projekt involvierten Akteuren des Kristallisationspunktes und der RPT wurde ein Produktworkshop durchgeführt. In diesem Produktworkshop wurden aus den bestehenden, für barrierefreien Tourismus geeigneten Einzelangeboten erste Arrangements mit flankierenden, optionalen Angebotselementen entwickelt. Einzelne barrierefreie Angebote aus Segmenten wie Übernachtung, Gastronomie, Weinerlebnis, sonstige Freizeitangebote etc. wurden herausgearbeitet und miteinander vernetzt. Ziel war es, barrierefreie Angebote entlang einer möglichst geschlossenen Servicekette zur Verfügung zu stellen.

Für die Entwicklung dieser Pakete waren die Berücksichtigung regionaler Spezifika, sowie die Kriterien des Urlaubsthemas WeinReich relevant. Um zu gewährleisten, dass alle bei der Angebotsentwicklung integrierten Betriebe zumindest den Kriterien der Stufe 1 entsprechen, wurden die Betriebe vor dem Produktworkshop durch die

RPT besichtigt. Entwickelt wurden die Grundlagen für zwei Pauschalen, deren Umsetzung in der Praxis geprüft werden muss.

- Gourmet-Wein-Package: hier wird ein kulinarisches Highlight mit regionalen Weinen auf Topniveau mit dem Besuch bei einem Winzer inkl. Weinkeller-Besichtigung verbunden.
- Weinerlebnis für alle Sinne: im Zentrum dieser Pauschale steht eine Weinprobe in absoluter Dunkelheit, wodurch die Geschmacks- und Geruchssinne (2-Sinne-Prinzip!) geschult werden.

Für die Angebote sind Kooperationen zwischen den beteiligten Betrieben notwendig. Der Produktworkshop ist eine gute Gelegenheit, mögliche Szenarien solcher Kooperationen mit allen Beteiligten gemeinsam zu besprechen und gemeinsam praktikable Lösungen zu finden.





### Kristallisationspunkt Bad Neuenahr-Ahrweiler

Bad Neuenahr-Ahrweiler ist mit rund 27.000 Einwohnern die größte Weinbaugemeinde im Anbaubereich Ahr. Die größte wirtschaftliche Bedeutung kommt dem Tourismus zu: Bedingt durch seinen Status als Heilbad verzeichnete der Ort rund 790.000 Übernachtungen im Jahr 2011.

Der Tourismus wird geprägt durch die vorhandene 4-Sterne-Hotellerie und –Gastronomie und stellt damit eine höherwertige Angebotspalette sowohl im Kur- als auch im Individualtourismus bereit. Besonders ist jedoch die Symbiose zwischen Tourismus und Weinbau, die sich in Form des Rotweinwanderweges etabliert hat und bereits seit 1972 alle Orte im Weinbaugebiet miteinander verbindet. Eine attraktive, jedoch noch nicht umfassend barrierefreie Verkehrsverbindung stellt die Ahrtalbahn dar, die von Remagen aus durch Bad Neuenahr-Ahrweiler bis Ahrbrück führt.

Die Koordination für den Kristallisationspunkt Bad Neuenahr-Ahrweiler hat der Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V. übernommen, der sich mit den im Themenfeld barrierefreier Tourismus interessierten Anbietern im gesamten Ahrtal vernetzt hat. Darunter sind verschiedene Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe mit barrierefreien

Zimmern wie das Dorint Hotel, die Villa Sibilla mit barrierefreien Ferienwohnungen oder die Winzergenossenschaft Mayschoss-Altenahr als weintouristischer Anbieter.

Auch in Bad Neuenahr-Ahrweiler wurden ein Sensibilisierungsseminar und ein Produktworkshop zum barrierefreien Tourismus durchgeführt. Im Produktworkshop wurden entsprechend der vor Ort vorhandenen Potenziale drei thematische Schwerpunkte bzw. Kombinationen mit dem Hauptprodukt Wein definiert:

- Wein + Wellness: Hochwertige weintouristische Angebote (Weinprobe, Kellerführung etc.) werden mit Wellnessangeboten mit Bezug zum Thema Wein (z.B. Wein-Aromatherapie oder Traubenkernpeeling) ergänzt.
- Wein + Kulinarik: Neben dem Angebot von Weinmenüs soll die Durchführung von Kochkursen oder weinsensorischen Seminaren geprüft werden.



Abgesenkter Counter (TI Bad Neuenahr-Ahrweiler)

- Wein + Kultur: Im Mittelpunkt steht die Darstellung von Wein als Kulturgut im gesamten Ahrtal. Hier sollen die vorhandenen Stadtführer zusätzlich als Wein- und Kulturführer qualifiziert werden. Eingeschlossen werden sollen ebenfalls Terroirführungen, die die Spezifika des Weins an der Ahr herausheben.

Um dem Gast eine große individuelle Auswahl zu ermöglichen und gleichzeitig möglichst viele barrierefreie Angebote in das buchbare Gesamtspektrum einzubinden, sind innerhalb der einzelnen thematischen Schwerpunkte Beherbergungsangebote unterschiedlicher Kategorien wählbar, zum anderen können weitere Angebotsbausteine zugebucht werden.

Im Produktworkshop war die Schwierigkeit, dass zunächst nur eine geringe Auswahl an weintouristischen Angeboten bekannt war, die den Anforderungen an die Barrierefreiheit und den Kriterien von WeinReich genügt und gleichzeitig für Individualtouristen geeignet ist. Die gemeinsame Diskussion des Problems hat sich hierbei als sehr fruchtbar erwiesen: Es hat sich herausgestellt, dass das Angebotsspektrum der in anderen Weinbauregionen bereits aktiven Kultur- und Weinbotschafter eine solche Lücke schließen könnte. Die am Workshop beteiligten Stadtführer konnten sich grundsätzlich

vorstellen, in diesem Bereich eine Zusatzausbildung zu absolvieren.

So können individuell auf die Bedürfnisse, Fähigkeiten und Interessen des einzelnen Gastes abgestimmte Führungen angeboten werden. Ein solches Angebot schließt nicht nur die weintouristische Lücke in der barrierefreien Servicekette, es wäre für alle weinaffinen Gäste geeignet, welche die individuelle Betreuung schätzen und bereichert somit das weintouristische Angebot insgesamt.

#### Fazit

In der praktischen Arbeit innerhalb der beiden Kristallisationspunkte war die Sensibilisierung und Qualifizierung von Leistungs- und Entscheidungsträgern von herausragender Bedeutung. Erst eine Sensibilisierung für dieses Thema ermöglicht es den Anbietern, die Bedeutung des Themas auch für ihr Angebot bzw. für den gesamten Ort zu erkennen und die Bedürfnisse des Gastes im Detail nachvollziehen zu können. Ein Koordinator erweist sich als ein entscheidender Faktor. Die Tourismusorganisationen vor Ort und die dahinter stehenden „Köpfe“ haben bereits in der Vergangenheit durch kontinuierliche Arbeit und Informationsweitergabe das Thema sukzessive weiterentwickelt. Nun gilt es, das Thema Barrierefreiheit in die „kontinuierliche“ Arbeit zu integrieren.

Im Umgang mit touristischen Anbietern erweist es sich als klarer Vorteil, das Thema Barrierefreiheit auch in Zusammenhang mit dem demografischen Wandel und der Zunahme der älteren Gäste (gerade auch beim Thema Wein) zu kommunizieren. Eine Sensibilisierung bzw. Aktivierung für das gesamte Thema kann dadurch deutlich leichter erfolgen!

In diesem Zusammenhang erweist sich die Konzentration auf „Kristallisationspunkte“ als ein praktikabler Ansatz für Rheinland-Pfalz. Es ist notwendig, möglichst geschlossene Serviceketten zu schaffen um Gästen ein positives Urlaubserlebnis zu ermöglichen. Bisher ist dies nur durch Bündelung von Angeboten innerhalb einer Region oder eines Ortes möglich. Die Fokussierung auf Kristallisationspunkte ist somit Voraussetzung für eine erfolgreiche Kundenansprache und eine ökonomisch einträgliche Angebotsgestaltung im barrierefreien Tourismus.



Elektrischer Türöffner (Hambacher Schloss, Neustadt)

**STELLUNGNAHME VON WERNER KLÖCKNER,  
BÜRGERMEISTER DER VERBANDSGEMEINDE  
DAUN**

„Die Schaffung von Barrierefreiheit ist zwar ein gesellschaftlich absolut dringliches und notwendiges Anliegen,



die Umsetzung aber für die Kommunen nicht einfach zu erreichen. Mit der Idee der Entwicklung von Kristallisationspunkten und der Begleitung

durch die RPT sehe ich gute Chancen, das barrierefreie Angebot in den rheinland-pfälzischen Orten in der nahen Zukunft besser zu entwickeln und zu verknüpfen.“

## 5. Weitere Elemente für barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz

Im vorangegangenen Kapitel wurde der Ansatz der Kristallisationspunkte sowie die damit verbundenen Maßnahmen dargestellt. In diesem Kapitel werden weitere Elemente vorgestellt, die die Konzeption zum barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz vervollständigen.

### 5.1 Qualitätskriterien für barrierefreien Tourismus in RLP

Qualitätskriterien müssen für den Gast aussagekräftig und hilfreich bei der Entscheidungsfindung sein. Für Betriebe sollten sie nachvollziehbar und motivierend sein. Ziel ist es, dass sie dem Gast auf der einen Seite einen Mehrwert bieten und dass sie für Betriebe auf der anderen Seite nicht abschreckend sind.

Die bereits bestehenden DIN Normen sind ein gutes Regelwerk bei Neu- und Umbauten. Bei bestehenden oder älteren Gebäuden ist die DIN-Norm jedoch häufig nur mit einem erheblichen finanziellen Aufwand oder gar nicht zu erreichen. Darüber hinaus zeigt die Erfahrung, dass für viele Gäste mit leichten Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen keine hundertprozentige Barrierefreiheit nach DIN notwendig ist um sich gut zurechtzufinden. Es ist demnach aus Sicht des Gastes sinnvoll, auch Angebote im barrierefreien Tourismus aufzuzeigen, welche keine hundertprozentige Barrierefreiheit gewährleisten können.

In Rheinland-Pfalz wurde ein zweistufiges System von Qualitätskriterien zur Kennzeichnung barrierefreier Betriebe festgelegt, welches in Stufe 1 Betriebe integriert, die auf dem Weg zu echter Barrierefreiheit sind und in Stufe 2 das Engagement von Betrieben honoriert, welche bereits barrierefrei sind.

• **Die Stufe 1** ist vor allem durch weiche Kriterien gekennzeichnet, die ein breites Zielgruppenspektrum ansprechen. Durch die relativ niedrigen Einstiegsriterien ist eine Teilnahme für viele Betriebe möglich.

• **Die Stufe 2** baut auf Stufe 1 auf und soll den Prozess in Richtung Barrierefreiheit weiter fördern. Hier greifen v. a. an der DIN-Norm orientierte Kriterien der „harten“ baulichen Barrierefreiheit, die in der Regel mit Investitionen verbunden sind.

Das zweistufige System in Rheinland-Pfalz berücksichtigt damit neben „harten“ Kriterien (Infrastruktur, bauliche Gegebenheiten) auch umfassend „weiche“ Faktoren wie Engagement (durch eine Selbstverpflichtung) und Serviceleistungen.

Die Qualitätskriterien bieten dem Gast Transparenz und Sicherheit.

Zugleich sollen die Qualitätskriterien den touristischen Leistungsträgern einen klaren Anhaltspunkt über den eigenen Stand bezüglich Barrierefreiheit und Servicequalität geben. Sie sollen Motivation sein, den Grad der Barrierefreiheit nach und nach auszubauen: von pragmatischen zu maßgeschneiderten Lösungen für möglichst alle Gäste. Darüber hinaus bieten die Qualitätskriterien den regionalen oder örtlichen Touristikern eine Hilfestellung bei der Entwicklung buchbarer Angebote bzw. bei der Unterstützung von Betrieben, die sich im barrierefreien Tourismus engagieren möchten.

**STELLUNGNAHME VON HERRN GEREON HAUMANN, PRÄSIDENT DEHOGA RHEINLAND-PFALZ,** „In dem Haus, das ich führe - dem Familienhotel Hochwald - ist es uns ein besonderes Anliegen Menschen mit



Behinderungen zu integrieren und die Ansprüche der älteren Generation zu berücksichtigen. Auch aus meinen eigenen sehr

positiven Erfahrungen mit Gästen mit Behinderungen heraus möchte ich die Mitgliedsbetriebe des DEHOGA und alle Leistungsträger motivieren, sich mit den Inhalten des Leitfadens zu beschäftigen und sich sukzessive der Barrierefreiheit zu widmen. Der Leitfaden ermöglicht mit seiner Systematik einen guten Einstieg in dieses gesellschaftlich wichtige und auch wirtschaftlich zunehmend interessante Thema.“



### Stufe 1

Um Stufe 1 zu erfüllen, müssen beispielsweise alle für Gäste notwendige Durchgänge und Engstellen eine Mindestbreite von 70 cm haben und über maximal eine Stufe erreichbar sein. Betriebe müssen eine Selbstverpflichtung zum barrierefreien Tourismus unterzeichnen (Anhang 7.2) und mindestens ein Mitarbeiter muss an einer Schulung der RPT zum barrierefreien Tourismus teilgenommen haben.

Der Fokus dieser Stufe liegt vor allen Dingen auf Service und Information. Eine Checkliste mit allen Kriterien der Stufe 1 finden Sie im Anhang 7.1.

### Stufe 2

Die Stufe 2 baut auf Stufe 1 auf und ist v. a. für Betriebe von Interesse, die sich im barrierefreien Tourismus besonders profilieren möchten. Insbesondere bei Neubauten und Renovierungen sollten die Kriterien der Stufe 2 berücksichtigt werden. Die Kriterien selbst entsprechen im Bereich der Hotellerie und Gastronomie weitgehend einer bundesweiten Zielvereinbarung im Gastgewerbe aus dem Jahr 2005<sup>5)</sup>, welche wiederum an bestehende DIN Normen angelehnt ist.

Die Kriterien der Zielvereinbarung wurden von der RPT erweitert



**Unterfahrbare Ausstellungselemente (Hambacher Schloss, Neustadt)**

und können neben der Hotellerie und Gastronomie auch für andere Betriebsformen im Tourismus genutzt werden. So sind bspw. für das Themenfeld „Wein erleben“ neue Kriterien definiert worden.

Das Kriteriensystem ist modular aufgebaut. Dies ermöglicht zukünftig eine sukzessive Erweiterung auf Betriebsformen, für die bisher keine Kriterien entwickelt wurden, wie z.B. Bäder und Thermen. Auch eine Ausweitung des barrierefreien Tourismus auf andere Urlaubsthemen wie Wandern, Radfahren oder Gesundheitstourismus ist somit möglich und für die Zukunft geplant.

Die Kriterien der Stufe 2 finden Sie im rheinland-pfälzischen Tourismusnetzwerk unter **[www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)**

Die RPT hat aufbauend auf den Kriterien Erhebungsbögen entwickelt, mit denen das Angebot vor Ort detailliert erhoben werden kann. Diese Erhebung erfordert allerdings breites Wissen und Erfahrung, so dass die Erhebungsbögen nicht zur Selbsterhebung zur Verfügung gestellt werden, sondern nur von Erhebern angewendet werden dürfen, welche durch die RPT geschult wurden.

5.) Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V. (DEHOGA-Bundesverband), Hotelverband Deutschland e. V. (IHA), Sozialverband VdK Deutschland e. V., Bundesarbeitsgemeinschaft Hilfe für Behinderte e. V., Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e. V. (DBSV), Deutscher Gehörlosen-Bund e. V., Interessenvertretung Selbstbestimmt Leben Deutschland e. V. (ISL) (Hrsg.) (2005): Zielvereinbarung nach § 5 Behindertengleichstellungsgesetz (BGG). Berlin.

## 5.2 Kennzeichnung von Betrieben der Stufe 1 und 2

Für den Endkunden ist es wichtig, Angebote, welche für Menschen mit Einschränkungen geeignet sind, auch als solche zu erkennen. Zur Kennzeichnung von Angeboten, welche Kriterien der Stufe 1 oder 2 erfüllen, kann nach Freigabe der RPT folgendes Signet verwendet werden:



## 5.3 Erhebung

Die RPT erfasst landesweit barrierefreie Einzelangebote auf Basis des standardisierten Erhebungsbogens der RPT. Die erfassten Detailinformationen zur Barrierefreiheit werden in der Datenbank der RPT deskline® 3.0 dargestellt. In Kapitel 4.1 wurde bereits darauf eingegangen, wie Erhebungen durchgeführt werden. Neben Betrieben, welche in Kristallisationspunkten liegen, können auch Betriebe auf ihre Barrierefreiheit hin erhoben werden, die nicht in einem Kristallisationspunkt liegen. Betriebe, die auf ihre Barrierefreiheit erhoben

werden möchten, können sich an die RPT wenden.

## 5.4 Datenbank & Website

Die erhobenen Daten fließen sowohl bei Einzelerhebungen als auch bei der Erhebung in Kristallisationspunkten in die Datenbank zu barrierefreiem Tourismus. Die Datenbank ermöglicht es zukünftig, detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit eines Betriebs abzurufen. Somit kann jeder Gast selbstständig entscheiden, ob ein Betrieb für seine Bedürfnisse geeignet ist. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Leitfadens befindet sich die Datenbank noch in der Entwicklungsphase

Auf der Website [www.barrierefrei.rlp-info.de](http://www.barrierefrei.rlp-info.de) werden sukzessive Informationen zu barrierefreien touristischen Angeboten aus den verschiedenen Regionen des Landes veröffentlicht. Den Anfang machen hierbei die Kristallisationspunkte Bad Neuenahr-Ahrweiler und Deidesheim mit den ersten buchbaren Angeboten.

## 5.5 Integration von Barrierefreiheit in bestehende Urlaubsthemen

Barrierefreiheit ist kein Randgruppenthema. Wie in Kapitel 3 aufgezeigt, profitieren viele von der barrierefreien Gestaltung der Umwelt und von touristischen Angeboten, die den Anforderungen des barrierefreien Tourismus Rechnung tragen. Statt barrierefreies Reisen als eigenständiges Urlaubsthema aufzulegen, das nur Behinderte anspricht, möchte

die RPT barrierefreies Reisen in die bestehenden Urlaubsthemen des Landes integrieren. Bei der Entwicklung von Kristallisationspunkten ist diesem Ansatz ebenfalls Rechnung zu tragen.

Die Integration von barrierefreiem Reisen in bestehende Urlaubsthemen folgt auch der Erkenntnis, dass Menschen, die im Laufe des Lebens eine Mobilitäts- oder Sinneseinschränkung erfahren, grundsätzlich die gleichen Interessen haben wie Menschen ohne Einschränkungen. Jeder Mensch möchte einen schönen Urlaub verbringen – unabhängig davon, ob er eine Einschränkung hat oder nicht. In der Praxis bedeutet dies, dass nach und nach das Thema Barrierefreiheit mit den touristischen Leitthemen des Landes verknüpft werden soll. Es soll mittelfristig zum Standard werden, dass einzelne Angebote zu jedem Urlaubsthema

auch den Standards zu barrierefreiem Tourismus in RLP entsprechen. In den Pilotorten Bad Neuenahr-Ahrweiler und Deidesheim wurde exemplarisch getestet, ob Urlaubsangebote gleichzeitig den Qualitätsanforderungen von WeinReich und den Qualitätsanforderungen zur Barrierefreiheit (Stufe 1) entsprechen können. Nur dann ist es tatsächlich möglich, Urlaubsangebote zu schaffen, die für jedermann attraktiv und gleichzeitig für Menschen mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen geeignet sind. Wie in den Fallbeispielen (Kapitel 4.1) aufgezeigt, ist eine Integration von barrierefreiem Reisen in das Urlaubsthema WeinReich möglich.

Es kann davon ausgegangen werden, dass somit auch in anderen Regionen eine Integration des Themas Barrierefreiheit in bestehende Urlaubsthemen möglich ist.



**STELLUNGNAHME VON OTTMAR MILES-PAUL,  
LANDESBEAUFTRAGTER FÜR DIE BELANGE BEHINDERTER MENSCHEN**

„Willkommen in Rheinland-Pfalz – barrierefrei und inklusiv für Alle. Gäste mit und ohne Behinderung sollen in unserem Land ihren Urlaub unbeschwert genießen können, das ist unser Ziel. Highlights der Barrierefreiheit gibt es bereits einige, zum Beispiel die Festung Ehrenbreitstein in Koblenz, das Hambacher Schloss oder das



Landesmuseum in Mainz. Jetzt geht es darum, umfassend barrierefreie touristische Angebote zu gestalten und zu vernetzen. Im barrierefreien Tourismus gibt es viel Potential für die Zukunft. Dafür möchte ich Sie gewinnen!“

## 6. Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit: Was kann mein Betrieb tun?

In den vorangegangenen Kapiteln wurde aufgezeigt, welche Anforderungen Gäste an den barrierefreien Tourismus haben und wie die RPT in Kristallisationspunkten Kommunen und einzelne Betriebe im barrierefreien Tourismus begleitet. Wer alles hiervon profitiert und welche Anforderungen und Bedürfnisse die unterschiedlichen Gästegruppen haben, wurde in den Kapiteln 2 und 3 näher ausgeführt. Jeder touristische Betrieb und Leistungsträger hat zahlreiche Möglichkeiten, seine Angebote zu verbessern und sein Profil auf dem Markt des barrierefreien Tourismus zu schärfen. Barrierefreiheit ist auch aus wirtschaftlichen Gründen für die meisten Betriebe kein Zustand, den man auf einen Schlag her-

stellen kann. Häufig macht es viel mehr Sinn, Barrierefreiheit als ein langfristiges Ziel anzusehen, dem man sich in einem Prozess mit vielen kleinen Schritten langsam nähert. Wer Barrierefreiheit bei allen Veränderungsprozessen als ein Teilaspekt mit einfließen lässt, hat häufig kaum einen Mehraufwand oder Mehrkosten und es profitieren alle davon.

Wie bei jedem touristischen Themenfeld ist eine langfristig ausgelegte strategische Beschäftigung auch beim Thema Barrierefreiheit unabdingbare Voraussetzung auf dem Weg zum Erfolg. Die Beantwortung folgender Fragen kann helfen, diesen Weg zu gehen:

### Was kann mein Betrieb schon jetzt bieten?

Grundlage einer jeden vielversprechenden Entwicklung ist eine gründliche Ist-Analyse. Jeder Betreiber muss sich die Frage stellen, welche barrierefreien Ausstattungsmerkmale oder Angebote er bereits jetzt seinen Gästen bieten kann und welche er mit wenig Aufwand schaffen könnte. Eine große Hilfe hierbei ist die Erhebung der Einrichtung durch die RPT, bei der die wichtigsten Kriterien zu Infrastruktur und Service erfasst werden. Es werden Stärken und Schwächen des Betriebes aufgezeigt, erste Hinweise zu Verbesserungsmöglichkeiten gegeben und es bieten sich erste Anhaltspunkte für die Beantwortung der Frage:

### Für welche Gästegruppen soll mein Betrieb besser werden?

Es wird wohl nur in den wenigsten Fällen gelingen, alle Aspekte des barrierefreien Tourismus in einem Betrieb zu berücksichtigen und Angebote zu schaffen, die für alle Gästegruppen gleichermaßen komfortabel und attraktiv sind. Eine ungünstige Topographie, die einen ebenerdigen Zugang zum Betrieb nicht erlaubt, oder zu erwartende hohe Investitionskosten lassen manchen Leistungsträger zurückschrecken.

Es ist aber nicht zwingend notwendig, ein Hotel oder einen Weinkeller für jede Gästegruppe zugänglich zu machen, um im barrierefreien Tourismus erfolgreich zu sein. Wir haben in Kapitel 3 gesehen, dass Barrierefreiheit vielen Zielgruppen zugutekommen kann. Eine Optimierung des Betriebes kann somit durchaus mit Blick auf ausgewählte Gästegruppen und schrittweise erfolgen.

### Wie kann ich die Barrierefreiheit meines Betriebes für eine ausgewählte Gästegruppe verbessern?

Wie in vorhergehenden Kapiteln aufgezeigt haben unterschiedliche Gästegruppen auch unterschiedliche Anforderungen an die Barrierefreiheit. In Kapitel 3 finden Sie Hinweise darauf, welchen Hindernissen Menschen mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen begegnen. Die wichtigsten Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit der einzelnen Elemente der touristischen Servicekette sind auf der folgenden Seite dargestellt.

Servicekettenelement	Maßnahmen
<b>Vorbereiten, Informieren und Buchen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Barrierefreie Internetseite</li> <li>■ Verständliche, kontrastreiche, gut zu lesende Imagebroschüren und Buchungsunterlagen</li> <li>■ Detaillierte, ehrliche Informationen über Zugänglichkeit und Barrierefreiheit</li> </ul>
<b>An- und Abreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bereitstellung von barrierefreien Informationen zur An- und Abreise</li> <li>■ Barrierefreie Parkmöglichkeiten in Betriebsnähe</li> <li>■ Barrierefreie öffentliche Verkehrsmittel</li> <li>■ Einrichtung eines Bring- und Abholservices</li> </ul>
<b>Ankommen und Orientieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gut lesbares, kontrastreiches Leitsystem</li> <li>■ Barrierefreie Empfangsbereiche wie z. B. abgesenkte Counter</li> </ul>
<b>Wohnen und Schlafen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stufenloser Zugang</li> <li>■ Breite Türen und Korridore</li> <li>■ Ausreichend Bewegungsflächen</li> <li>■ Barrierefreie Sanitäranlagen</li> <li>■ Gut lesbares, kontrastreiches Leitsystem</li> </ul>



Servicekettenelement	Maßnahmen
<b>Essen und Trinken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stufenloser Zugang</li> <li>■ Unterfahrbare Tische</li> <li>■ Barrierefreie Sanitäranlagen</li> <li>■ Gut lesbare Speisekarten, ggf. auch in Groß- und Blindenschrift</li> <li>■ Detaillierte Information über Inhaltsstoffe der Speisen</li> <li>■ Speisen für Gäste mit Nahrungsmittelunverträglichkeiten</li> </ul>
<b>Freizeit und Sport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stufenloser Zugang</li> <li>■ Barrierefreie Sanitäranlagen</li> <li>■ Barrierefreie Angebote und Produkte wie z. B. barrierefreie Wanderwege</li> </ul>
<b>Service und Assistenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Touristinformationen als barrierefreie Kompetenzzentren (z. B. Vermittlung von Assistenzangeboten, geschultes Personal, Wissen und Informationsvermittlung von barrierefreien Angeboten)</li> <li>■ Einrichtung einer Notrufnummer</li> <li>■ Bereithalten einer Ärzttafel (mit Fachärzten)</li> </ul>
<b>Unterhaltung und Kultur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stufenloser Zugang</li> <li>■ Barrierefreie Sanitäranlagen</li> <li>■ Barrierefreie Angebote und Produkte wie z. B. „Gästeführungen mit allen Sinnen“, tastbare Ausstellungsobjekte</li> </ul>
<b>Ausflug und Shopping</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stufenloser Zugang</li> <li>■ Barrierefreie Sanitäranlagen</li> <li>■ Barrierefreies Einkaufen</li> </ul>
<b>Erinnern und Bestätigung finden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beschwerdemanagement</li> <li>■ Customer-Relationship-Management (CRM)</li> <li>■ Kundendatenbank mit Hinweisen zu speziellen Gästeanforderungen</li> </ul>

#### Grundsätzlich gilt:

- barrierefreier Zugang zu den für die Reiseplanung und während der Reise wichtigen Informationen
- kundenorientierter Service, der über die Bedürfnisse der Gäste grundsätzlich informiert ist und ihre spezifische Situation sensibel berücksichtigt
- geschulte Servicekräfte, die bei sämtlichen Kontaktpunkten für Gäste und in allen Elementen der Servicekette bereit stehen
- respektvoller, natürlicher und ehrlicher Umgang miteinander ohne Scheu oder Bemitleidung
- genaue und vollständige Informationen über bestehende Dienstleistungsangebote, bauliche Gegebenheiten und Freizeitmöglichkeiten
- an die spezifischen Bedürfnisse angepasste Transportdienstleistungen z.B. Abholdienste vom Bahnhof zur Unterkunft, Gepäckservice o. ä.

Oftmals ist es möglich, touristische Angebote mit einfachen und pragmatischen Maßnahmen zu optimieren oder erst zu schaffen. In anderen Fällen, insbesondere im Beherbergungs- und Gastronomiebereich, sind Investitionen notwendig um eine bauliche Verbesserung der barrierefreien Zugänglichkeit schaffen zu können. Konkrete Kriterien zur Umsetzung der spezifischen Anforderungen unterschiedlicher Gästegruppen können den Qualitätskriterien der Stufe 2 entnommen werden. Insbesondere bei Neu- und Umbauten sind die einschlägigen DIN-Normen zu beachten.



#### Auswahl einschlägiger DIN zur Herstellung von Barrierefreiheit

- DIN 18024-1: Straßen, Plätze, Wege, öffentliche Verkehrs- und Grünanlagen sowie Spielplätze (derzeit in Überarbeitung)
- DIN 18040-1: Öffentlich zugängliche Gebäude
- DIN 32975: Gestaltung visueller Informationen im öffentlichen Raum zur barrierefreien Nutzung
- DIN 32984: Bodenindikatoren im öffentlichen Raum
- DIN-Fachbericht 124: Gestaltung barrierefreier Produkte

Neben der baulichen Gestaltung ist gut ausgebildetes Personal oft ein Schlüssel zum Erfolg. Gerade im barrierefreien Tourismus, der sich ein hohes Maß an Serviceorientierung auf die Fahnen geschrieben hat, ist es wichtig die Bedürfnisse von Gästen zu kennen um Serviceleistungen entsprechend ausrichten zu können. In speziellen Schulungen, wie sie z. B. von der RPT angeboten werden, lernen Sie und Ihre Mitarbeiter, worauf im Umgang mit Gästen mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkungen geachtet werden soll. Neben allgemeingültigen Anforderungen im barrierefreien Tourismus haben viele Menschen individuelle Wünsche, die Sie nur im persönlichen Gespräch herausfinden. Wer seine Gäste kennt und auf individuelle Bedürfnisse eingeht, schafft zufriedene Kunden.

#### 3 einfache Grundregeln für eine barrierefreie Gestaltung

##### Räder-Füße-Regel:

Sind die Angebote sowohl für Gäste mit Rollstuhl oder Rollator als auch für gehende Besucher durchgängig nutzbar?

##### Zwei-Sinne-Prinzip:

Sind die Informationen durch mindestens zwei der Sinne (Sehen, Hören, Fühlen) wahrnehmbar?

##### KISS-Regel:

Werden die Informationen kurz und leicht verständlich ausgedrückt nach der Regel „keep it short and simple“

### Wie vermarkte ich meine barrierefreien Angebote?

Die Kommunikation der vorhandenen barrierefreien Angebote mit all ihren Stärken und Schwächen ist die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme der touristischen Leistungsträger am Markt. Dabei kommt es – wie in der Werbung generell – auf eine emotionale Ansprache des Gastes an, die den Wunsch zum Besuch bzw. zur Buchung des Angebotes weckt. Die bloße Vermittlung von technischen Informationen über die Zugänglichkeit (Türbreiten, Rampensteigung etc.) ist bei weitem nicht ausreichend.

Dennoch ist es für viele mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste wichtig, detaillierte Informationen über die Zugänglichkeit einer Einrichtung oder die Nutzbarkeit eines Angebotes zu bekommen. Neben Angaben zur Infrastruktur kommt der Kommunikation der Serviceleistungen vor Ort eine große Bedeutung zu. Ebenso wichtig wie die Detailschärfe der Beschreibungen, die die unterschiedlichen Anforderungen der unterschiedlichen Nutzergruppen beachtet, ist eine ehrliche, eindeutige und vor allem verlässliche Information. Ein Leistungsträger sollte sich nicht scheuen, Barrieren in seinem Angebot offen zu benennen, damit der Gast selbst entscheiden kann, ob das Angebot für ihn geeignet ist oder nicht.



### Maßnahmen zur Kommunikation barrierefreier Angebote

- Informationen sind mindestens durch zwei der Sinne (Hören, Sehen, Fühlen) wahrnehmbar und erlebbar (z.B. Videos und Audiodateien im Internet, Hausprospekt als barrierefreie PDF-Datei, welche sich ein blinder Gast mit entsprechender Software vorlesen lassen kann)
- Informationen werden in leichter Sprache und nach dem Prinzip „Halte es kurz und einfach“ bereit gehalten.
- Informationen sind eindeutig, gut sichtbar, blendfrei und kontrastreich in einer gut lesbaren Höhe angebracht (z. B. Aushänge sind auch für Kinder, Rollstuhlfahrer oder kleine Menschen gut einsehbar)
- Für gedruckte Schriften wird eine klare und serifenlose Schriftart in ausreichender Größe verwendet (z. B. Arial, Lucida Sans Unicode oder Verdana)
- Die Schriftgröße im Fließtext sollte mindestens 12 pt, besser sogar 16 pt betragen. Überschriften sollten mindestens 4 pt größer sein als der Fließtext
- Kursive Schrift und Unterstreichungen sind nach Möglichkeit zu vermeiden; wenn Hervorhebungen nötig sind, sollten diese im Fettsatz erfolgen
- Schriftfarbe und Hintergrund sind so zu wählen, dass gute Kontraste und eine geringe Blendung gewährleistet sind. Geeignete Kombinationen sind z. B. „Schwarz – Weiß“ und „Blau – Weiß“. Nicht geeignet ist die Farbkombination „Rot – Grün“ (ca. 10 % aller Männer sind von Rot-Grün-Blindheit betroffen)
- Für taktil erfassbare Schriften wird eine erhabene, serifenlose Profilschrift (Reliefbuchstaben, keine Eingravierungen) und/oder Braille-Schrift (Blindenpunktschrift) verwendet.
- Für Piktogramme werden einfache, unmissverständliche und international verständliche Bildzeichen aus reflektierenden oder selbstleuchtenden Materialien und Farben verwendet.
- Internetseiten und pdf-Dokumente sind nach dem Stand der Technik und einschlägiger Rechtsverordnungen barrierefrei gestaltet. Navigationsstrukturen sind intuitiv verständlich und einfach.



### Ist mein Internetauftritt barrierefrei?

Für die barrierefreie Gestaltung von Webseiten gibt es klare Regeln und Standards, die in den „Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0)“ der „Web Accessibility Initiative“ festgelegt sind. In Deutschland gilt zudem die „Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung (BITV)“, die für Bundesbehörden verbindlich ist.

Das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales geförderte Projekt „BIK - barrierefrei informieren und kommunizieren“ stellt einen kostenlosen Selbsttest zur Verfügung:

- <http://testen.bitvtest.de/selbstbewertung/index.php>

Darüber hinaus finden sich im Internet zahlreiche Programme und Werkzeuge, mit denen sich die Barrierefreiheit Ihrer Webseite überprüfen lässt. Empfehlenswert sind z. B. für

- **Internet Explorer:** <http://www.paciellogroup.com/resources/wat-ie-about.html>

- **Firefox:** <http://chrispederick.com/work/web-developer>

Alle Testverfahren wenden sich vor allem an Internetagenturen und Webentwickler, einen einfachen und zuverlässigen Test, der auch für den Laien verständlich ist, gibt es leider nicht. „BIK“ bietet jedoch umfangreiche kostenpflichtige Tests an, die über die Barrierefreiheit einer Webseite

informieren und zugleich Entwicklern und Programmierern wichtige Hinweise geben:

- [http://www.bitvtest.de/bitvtest/bitv\\_test\\_beauftragen/infos\\_preise.html](http://www.bitvtest.de/bitvtest/bitv_test_beauftragen/infos_preise.html)

Bei der Beauftragung eines Internetauftritts ist zu beachten, dass die ausführende Agentur über hinlängliche, nachweisbare Erfahrung bei der barrierefreien Programmierung verfügt.

### Fazit

Im barrierefreien Tourismus führen viele Wege nach Rom. Ob ein Betrieb im Rahmen einer größeren Investition Barrierefreiheit schafft, oder ob er die Barrierefreiheit in vielen kleinen Einzelmaßnahmen verbessert, hängt von den jeweiligen Betriebsstrukturen und der strategischen Ausrichtung ab. Auch diejenigen, bei denen aufgrund der vorhandenen Gebäudestrukturen eine hundertprozentige Barrierefreiheit nicht geschaffen werden kann, sollten sich bewusst sein, dass sie oft bereits mit kleinen Einzelmaßnahmen die Barrierefreiheit verbessern und somit für eine Vielzahl von Gästen einen Mehrwert schaffen können. Die Summe vieler kleiner Einzelmaßnahmen in den Betrieben eines Ortes schafft letztendlich eine Qualitätssteigerung im Gesamten, welche für den Gast spürbar ist und die darüber entscheidet, ob sich ein Gast bei uns wohlfühlt. Darum geht es letztendlich auch im barrierefreien Tourismus!

## 7. Anhang

### 7.1 Checkliste Kriterien der Stufe 1

#### Stufe 1: Anforderungen und Kriterien

Um sich als Betrieb der STUFE 1 qualifizieren zu können, müssen folgende Qualitätskriterien erfüllt werden:

#### a) Service und Informationen

- Der Betrieb hat die „Selbstverpflichtung zum barrierefreiem Tourismus“ unterzeichnet (vgl. Anhang 7.2)
- Die Weiterbildung mindestens eines Mitarbeiters im barrierefreien Tourismus nach Maßgabe der RPT ist erfolgt.
- Es werden konkrete Zugangsinformationen über barrierefreie, komfortable Angebote und Serviceleistungen bereitgehalten.
- Geschulte Erheber haben die Zugänglichkeit bzw. Nutzbarkeit der Einrichtung bzw. des Angebotes nach Maßgabe der RPT erfasst.
- Die Zugangsinformationen werden im Internetangebot des Landes Rheinland-Pfalz, ggf. im hausinternen Internetauftritt und Hausflyer bereitgestellt.

#### b) Zugänglichkeit und Nutzbarkeit

- Wesentliche für die Nutzung durch Gäste notwendigen Durchgänge und Engstellen zum und im Gebäude müssen eine Mindestbreite von 70 cm haben.
- Wesentliche für die Nutzung durch Gäste erforderlichen Zugänge zum und im Gebäude sind über max. eine Stufe zu erreichen. Zur Überwindung einer Stufe ist eine mobile Rampe vorhanden, die nach Möglichkeit dauerhaft ausgelegt ist.
- An zumindest einer Seite von Treppenläufen bieten Handläufe einen sicheren Halt bei der Benutzung der Treppe.
- Stufen, Treppen und sonstige eventuelle Gefahrenquellen (zum Beispiel Glastüren, feuchte Böden) sind besonders kontrastreich markiert.
- Für den Kunden bedeutsame Informationen (Hinweis- und Informationstafeln, Monitore und Displays) sind gut zu erkennen beziehungsweise gut sichtbar angebracht, kontrastreich und gut leserlich gestaltet. Falls dies nicht möglich sein sollte, werden alternative Hilfsmittel (z.B. Lesebrille, akustische Informationsmöglichkeiten) bereitgestellt. Informationen werden bei Bedarf vorgelesen.
- Blindenführhunde sind erlaubt.

## 7.2 Selbstverpflichtung im barrierefreien Tourismus

Im Sinne der Förderung von Chancengleichheit und gleichberechtigter Teilhabe erkennt diese Einrichtung den Anspruch ALLER Menschen, mit oder ohne Behinderung, auf barrierefreien Zugang zu Gebäuden und Veranstaltungsorten.

In dieser Einrichtung werden eventuelle bauliche Hindernisse durch besondere Aufmerksamkeit und Zuvorkommenheit kompensiert. Mit der Unterzeichnung der Charta verpflichtet sich der Betrieb insbesondere zu folgenden Punkten:

- Alle Mitarbeiter der Einrichtung verpflichten sich zu einem respektvollen, zuvorkommenden und hilfsbereiten Umgang mit ALLEN Besuchern, mit oder ohne Behinderung, und lehnen jegliche Diskriminierung gegenüber ihren Besuchern ab.
- Überall da, wo es die Umstände erlauben, wird die Zugänglichkeit der Einrichtung durch die Beseitigung oder Reduzierung baulicher Barrieren verbessert. Angestrebt wird die Konformität mit lokalen oder nationalen Zugänglichkeitsstandards.
- Zur Überwindung von Barrieren in der Kommunikation oder in der räumlichen Gestaltung stehen die Mitarbeiter Gästen für kleinere Hilfestellungen grundsätzlich zur Verfügung.

Firma .....

Name .....

Position .....

E-Mail .....

Telefon .....

.....  
Datum/Unterschrift/Firmenstempel



### 7.3 Checkliste Kriterien der Stufe 2

#### Stufe 2: Anforderungen und Kriterien

Um sich als Betrieb der STUFE 2 qualifizieren zu können, müssen folgende Qualitätskriterien erfüllt werden:

1. Erfüllung der Qualitätskriterien der Stufe 1.
2. Zertifizierung nach der „ServiceQualität Deutschland Stufe I“.
3. Informationen werden nach dem Zwei-Sinne-Prinzip dargeboten. Neben der visuellen Wahrnehmung (Sehen) kann auch die taktile (Fühlen, Tasten z. B. mit Händen, Füßen), auditive (Hören), olfaktorische (Riechen) oder gustatorische (Schmecken) Wahrnehmung genutzt werden.
4. Internetseiten werden schrittweise barrierefrei umgestaltet, so dass sie auch von Menschen mit Behinderungen selbständig und ohne fremde Hilfe genutzt werden können (gemäß WCAG 2.0).
5. Weiterhin sind die spezifischen Anforderungen von mindestens einer der folgenden Gästegruppen zu erfüllen: Gäste mit einer Gehbehinderung, Rollstuhlfahrer, sehbehinderte und blinde Gäste, gehörlose und schwerhörige Gäste, Gäste mit Allergien und speziellem Ernährungsbedarf.

Um als Betrieb den spezifischen Anforderungen zu entsprechen, müssen alle Kriterien für die jeweilige Gästegruppe komplett erfüllt werden.

Die Kriterien für beide Stufen werden detailliert im rheinland-pfälzischen Tourismusnetzwerk dargestellt [www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)



#### 7.4 Ansprechpartner und Adressen

##### Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Projekt Barrierefreies Rheinland-Pfalz  
Karina Krauß  
Löhrstr. 103-105  
56068 Koblenz  
Tel. 0261/91520-66  
Fax 0261/91520-41 66  
krauss@rlp-info.de

[www.rlp-info.de](http://www.rlp-info.de)

[www.barrierefrei.rlp-info.de](http://www.barrierefrei.rlp-info.de)

[www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)

##### Landesberatungsstelle

##### Barrierefrei Bauen und Wohnen

Seppel-Glückert-Passage 10

55116 Mainz

Telefon: 0 61 31 / 22 30 78

Fax: 0 61 31 / 22 30 79

barrierefrei-wohnen@vz-rlp.de

[www.barrierefrei-rlp.de](http://www.barrierefrei-rlp.de)

[www.landesberatungsstelle.de](http://www.landesberatungsstelle.de)

##### Institut für barrierefreie

##### Gestaltung und Mobilität GmbH

Kaiser-Wilhelm-Ring 6

55118 Mainz

Tel.: 0 61 31 / 4 82 74 05

Fax: 0 61 31 / 4 82 77 12

info@institut-bgm.de

[www.institut-bgm.de](http://www.institut-bgm.de)

##### IBL – Institut für Barrierefreiheit und Leitsystemplanung

Kaiserstraße 62

55116 Mainz

Tel.: 0 61 31 / 66 97 0 77

Fax: 0 61 31 / 66 97 0 78

info@vdk-ibl.de

[www.vdk-ibl.de](http://www.vdk-ibl.de)

##### NatKo - Nationale Koordinations- stelle für Tourismus für Alle e.V.

Fleher Straße 317 a

40223 Düsseldorf

Tel.: 0211/3368001

Fax: 0211/3368760

info@natko.de

[www.natko.de](http://www.natko.de)

#### 7.5 Literaturempfehlungen und Links

##### Tourismus allgemein

##### [www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)

Weitergehende Informationen rund um touristische Themen in Rheinland-Pfalz

##### [www.barrierefrei.rlp.de](http://www.barrierefrei.rlp.de)

Informationen des Ministeriums für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demographie zu Normen, Checkliste für barrierefreie Veranstaltungen, Kontaktliste kommunaler Behindertenbeauftragter, Verbände und Selbsthilfegruppen behinderter Menschen

##### [www.barrierefreiheit.de/tourismus.html](http://www.barrierefreiheit.de/tourismus.html)

Informationen des Bundeskompetenzzentrums Barrierefreiheit - BKB  
Zum Thema Tourismus

##### Strategiemappe „Zukunftsmarkt 50plus“

Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland - Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung (Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz: 2008).  
Online unter: [www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Service/publikationen,did=269772.html](http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Service/publikationen,did=269772.html)

##### Barrierefreies Bauen

##### [www.nullbarriere.de](http://www.nullbarriere.de)

Ausführliche Infos zu Normen, Richtlinien und aktuellen Produkten  
[komm.muenster.org/\\_pdf/publikationen/broschuere\\_barrierefreies\\_bauen.pdf](http://komm.muenster.org/_pdf/publikationen/broschuere_barrierefreies_bauen.pdf)

Bauen für Alle: Checkliste für barrierefreies Bauen der Stadt Münster

##### Handbuch Barrierefreies Bauen

Everding, D. (2011): Köln.

##### Barrierefreies Bauen

Heiss, O. u. a. (2009): München.

##### Förderprogramme

##### Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung

Tourismusreferat

Stiftsstraße 9

55116 Mainz

Tel.: 06131/16-0

Fax: 06131/16-2170

[www.mwkel.rlp.de/Wirtschaft/Tourismus/](http://www.mwkel.rlp.de/Wirtschaft/Tourismus/)

##### Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz

Holzofstr. 4

55116 Mainz

Tel.: 06131/985-0

Fax: 06131/985-299

##### [www.isb.rlp.de](http://www.isb.rlp.de)

Förderung von Investitionen in den barrierefreien Tourismus mit Kommunaldarlehen: Für Kommunen stehen Darlehen zur Verfügung. Für Unternehmen können Darlehen, Bürgschaften und Beteiligungen beantragt werden. In ausgewiesenen Fördergebieten (z. B. Landesfördergebiet) kommt außerdem eine Zuschussförderung in Betracht.

##### Barrierefreie Gestaltung von Webseiten

##### [www.einfach-fuer-alle.de](http://www.einfach-fuer-alle.de)

ausführliche und gute Informationen der Aktion Mensch

##### [www.bik-online.info](http://www.bik-online.info)


BIK - barrierefrei Informieren und Kommunizieren

#### IMPRESSUM

Herausgeber:

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Löhrstr. 103-105, 56068 Koblenz, Tel.: 0261/915 20 - 0, Geschäftsführer Dr. Achim Schloemer

 Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH ist mit dem Zertifikat „ServiceQualität Deutschland Stufe II“ ausgezeichnet.

Gestaltung:  shapefruit AG, Telegrafenstr. 13, 53474 Bad Neuenahr, Tel. 02641-80050 · [www.shapefruit.de](http://www.shapefruit.de)

Konzeption: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH in Kooperation mit PROJECT M GmbH, Tempelhofer Ufer 23, 10963 Berlin und NeumannConsult, Alter Steinweg 22-24, 48143 Münster

Fotos: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Dominik Ketz, Shutterstock Bildarchiv: Seite 16/20/23/51/Rückseite, Titel: Kuntz Verlag



**Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH**

Löhrstraße 103-105

56068 Koblenz

Tel.: 0261/ 915 20-0

Fax: 0261/915 20-40

[www.barrierefrei.rlp-info.de](http://www.barrierefrei.rlp-info.de)

[www.tourismusnetzwerk.info](http://www.tourismusnetzwerk.info)