

Bayern®

➤ TRADITIONELL ◀
ANDERS



TOURISMUS FÜR ALLE

NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG DURCH NEUE ZIELGRUPPEN –
EIN PRAKTIKERLEITFADEN FÜR DIE BAYERISCHE TOURISMUSINDUSTRIE

ILSE AIGNER, Mdl

Bayerische Staatsministerin für
Wirtschaft und Medien, Energie
und Technologie



„In Bayern haben viele Destinationen das Zepher des Handelns längst in die Hand genommen und die Bedürfnisse älterer, aktivitäts- oder mobilitätseingeschränkter Gäste in den Mittelpunkt gestellt. Angesichts ungebrochener Attraktivität Bayerns – sowohl national als auch international – muss das Informations- und Kommunikationsangebot aber noch transparenter und detaillierter werden. Denn gerade die Recherchearbeit stellt für einen auf Barrierefreiheit angewiesenen Gast einen erheblichen Aufwand dar und entscheidet über das Ob, Wo und Wie einer Reise. Zuverlässige, zertifizierte und detaillierte Angaben in einer zentralen Datenbank bieten dabei eine wichtige Unterstützung. Mit dem deutschlandweit einheitlichen Kennzeichnungssystem ‚Reisen für Alle‘ beschreiten wir diesen Weg.“

IRMGARD BADURA

Beauftragte für die Belange von
Menschen mit Behinderung



„Gerade in der Freizeit, im Urlaub, beim Erleben von Kunst und Kultur können wir Menschen auf natürliche Weise gemeinsam aktiv sein und Erlebnisse haben, die uns über jegliche körperliche oder sonstige Beeinträchtigung hinweg verbinden. Deshalb sind mir umfassende, barrierefreie Angebote im Tourismus besonders wichtig. Und sie müssen vor Ort bekannt und miteinander verbunden, also leicht erreichbar und nutzbar sein.“

GEORG SPÄTLING

Landesverband der Camping-
wirtschaft in Bayern e. V.



„Camping ist auch für Menschen mit Handicap ein Erlebnis. Deshalb haben bayerische Campingunternehmer viel unternommen, um Barrieren abzubauen.“

KLAUS HOLETSCHEK, Mdl

1. Vorsitzender Bayerischer
Heilbäder-Verband e. V.



„Bayern ist in Deutschland Tourismus-Land Nr. 1. Unsere Gäste wünschen sich Erholung, Entspannung, Abwechslung und neue Erlebnisse. Damit wir gute Gastgeber für möglichst alle unsere Gäste sein können, unterstützt der Bayerische Heilbäder-Verband gerne alle Bemühungen, die Urlaubsangebote für Menschen mit Behinderung umfassend verbessern.“

PETER SCHÖTTL

Präsident Verband Deutscher
Seilbahnen und Schlepplifte e. V.,
Vorstand Nebelhornbahn-AG



„Das Verkehrsmittel Seilbahn ermöglicht älteren Urlaubern, Familien und Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen den Genuss der Berge zu erleben. Alle Maßnahmen, die wir für die Barrierefreiheit setzen, kommen zum großen Teil allen unseren Gästen zu Gute und werden ausgesprochen gut angenommen und geschätzt.“

STEFAN WILD

Vorsitzender des Fachbereiches
Hotellerie DEHOGA Bayern



„Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern setzt sich seit vielen Jahren für die Barrierefreiheit von touristischen Angeboten ein, um allen Menschen unbeschwerter Urlaubstage und Reisen zu ermöglichen. Schließlich profitieren alle unsere Gäste von komfortablen Angeboten und gutem Service.“

GERDA WALSER

1. Vorsitzende Landesverband
Bauernhof- und Landurlaub
Bayern e. V.



„Auch Bauernhof- und Landurlaub ist eine Urlaubsform für alle. Wo immer es die Gegebenheiten auf den Ferienhöfen ermöglichen, versuchen unsere bäuerlichen Vermieter Barrieren zu vermeiden und damit allen Zielgruppen gerecht zu werden.“

PETER HENNEKES

Hauptgeschäftsführer
Deutscher Skilehrerverband e. V.



„Die Aufgabe aller touristischen Dienstleister ist es, auch den Menschen mit körperlichen oder geistigen Behinderungen möglichst die gleichen Erlebnisse zu ermöglichen wie Menschen ohne Behinderung. Dazu gehört das gesamte Tourismusspektrum u. a. auch die Natur- und Bewegungserlebnisse sowie alle weiteren Aktivitäten und Attraktionen, die Bayern zu bieten hat.“

DR. MARTIN SPANTIG

Geschäftsführer BAYERN
TOURISMUS Marketing GmbH



„Urlaub in Bayern ist deshalb ein Erfolgsmodell, weil wir Gastfreundschaft ernst nehmen. In dieser Einstellung liegt nicht nur eine große integrative Kraft, sondern auch wirtschaftliches Potenzial. Schon heute ist der Tourismus für Bayern eine Leitökonomie. Gemeinsam mit unseren Partnern wollen wir deren Potenziale auch für barrierefreie Reisen weiter ausbauen. Mehr als 350 geprüfte Angebote für einen barrierefreien Urlaub haben wir bei Bayern Tourismus schon im Programm. Wir wissen aber auch: Barrierefreiheit wird sich künftig noch stärker zu einem wesentlichen Qualitätsmerkmal für das Reisen entwickeln. Deshalb lohnt es sich für Anbieter, in allen Bereichen des qualitätsorientierten barrierefreien Tourismus zu investieren. Der demografische Wandel zeigt schon jetzt, wie sehr barrierefreie Angebote geschätzt werden. Denn sie erreichen nicht ausschließlich Menschen mit Behinderungen, sondern sind ein Zusatznutzen und ein Plus an Komfort für alle.“

REINHARD MEYER

Präsident Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV)



„Vermieter, die in ihren Ferienwohnungen oder Ferienhäusern auf Barrierefreiheit achten, punkten mit Komfort, der auch bei Familien mit kleinen Kindern oder Oma-Opa-Enkel-Urlauben gut ankommt. Gerade wer jetzt ohnehin investiert oder umbaut, sollte das im Blick haben und kann damit obendrein bei einer Sterne-Klassifizierung durch den DTV Extra-Punkte sammeln.“

WINFRIED NESENSOHN

Vorstand im Deutschen Jugendherbergswerk, Landesverband Bayern e. V.



„Die Vielfalt unserer Angebote – insbesondere für Schülerfahrten – soll allen unseren Gästen zugänglich sein. Deshalb bemühen wir uns in Zukunft verstärkt um einen gleichberechtigten Zugang zu unseren Jugendherbergen und Programmen. Unser langfristiges Ziel ist eine inklusive Jugendherberge im Sinne einer ‚Jugendherberge für alle‘. Wir wollen Menschen für eine Gesellschaft begeistern, in der Unterschiede normal sind.“

AUF DEM WEG ZU EINER URLAUBSREGION FÜR ALLE – DIE ERFOLGSFAKTOREN:



**Chancen
ergreifen**

Seite 06



**Gäste
kennenlernen**

Seite 08



**Strategien
entwickeln**

Seite 10



**Verständnis
vertiefen**

Seite 12



**Status Quo
klären**

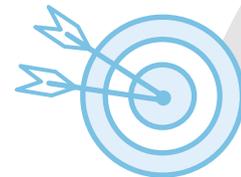
Seite 20



Mit „Reisen für Alle“
überzeugen

Seite 28

**Komfort,
Service
& Qualität
für ALLE
Gäste**



**Marketing
differenzieren**

Seite 26



**Angebote für
alle schaffen**

Seite 22

1 CHANCEN ERGREIFEN

WARUM BARRIEREFREIHEIT EIN ZUKUNFTSMARKT IST

Für Tourismusakteure birgt der demografische Wandel große Chancen. Der Markt wird immer stärker von älteren Menschen bestimmt. Das bedeutet aber auch, dass es immer mehr Reisende gibt, die in ihrer Aktivität oder Mobilität eingeschränkt sind. Zwar suchen diese ihre Reiseziele weiterhin nach ihren Vorlieben aus. Innerhalb der Zielgebiete schärfen sie ihre Auswahl aber an barrierefreien Merkmalen.

Barrierefreiheit gewinnt deshalb in einer alternden Gesellschaft als entscheidendes Qualitätsmerkmal mehr und mehr an Bedeutung. Schon heute ist sie ein Komfortmerkmal, von dem alle Gäste profitieren – auch wenn sie es oft gar nicht bewusst wahrnehmen. Wer in barrierefreie Angebote investiert, setzt deshalb auf Komfort für alle und auf einen prosperierenden Markt.



”

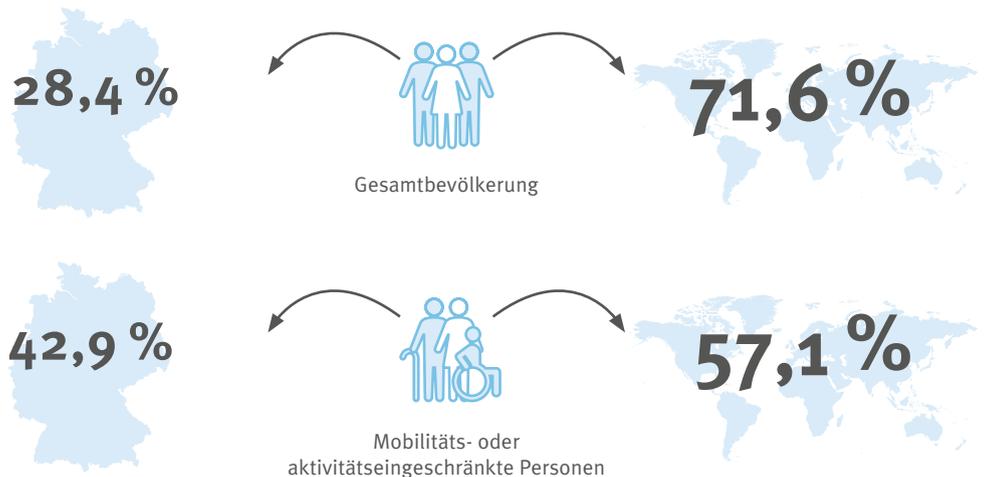
Wir haben viele Stammgäste, die nicht nur das großzügige Platzangebot in unserem Hause zu schätzen wissen, welches sich aufgrund des Raumkonzepts und der Barrierefreiheit ergibt. Egal ob seh- oder hörbehindert, Menschen mit Gehbehinderung, Rollstuhlfahrer, Senioren oder Familien mit Kindern – für alle können wir entsprechend ihrer Bedürfnisse eine individuell gestaltete Ferienwohnung mit entsprechenden Ausstattungsmerkmalen anbieten. Dabei sind Ferienwohnungen auch miteinander kombinierbar. Zudem sind wir in der Region gut vernetzt und können ALLEN unseren Gästen tolle Tipps zu Freizeitgestaltung und Ausflügen geben. Unsere Gäste danken es uns durch Treue und Empfehlungen.

“

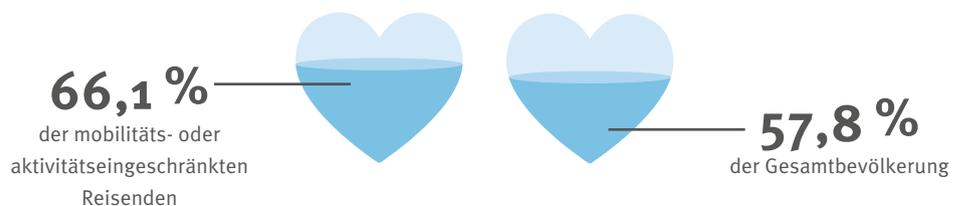
HILDEGARD WAGNER

Ferienwohnung
Concordia, Bad Wiessee

ZIELE DER HAUPTURLAUBSREISEN¹



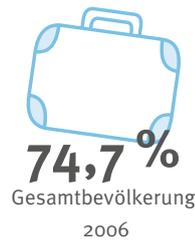
REISEGEBIETSTREUE¹



**Barrierefreiheit ist für
10 % der Gäste unentbehrlich,
für 40 % notwendig und für
100 % komfortabel!¹**

138,6 Mio. Menschen²
mit besonderen Bedürfnissen leben in der EU

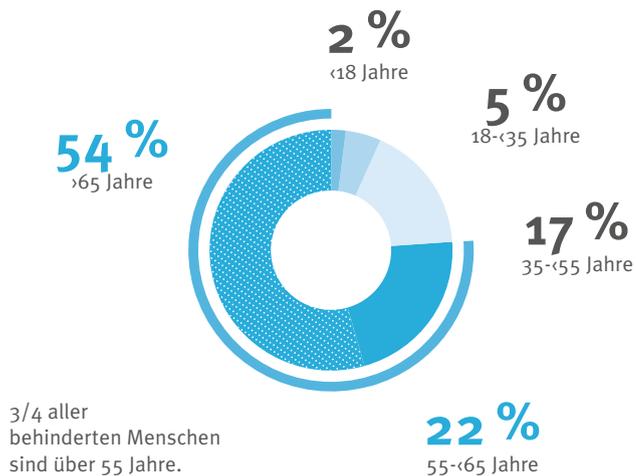
ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES BARRIEREFREIEN TOURISMUS IN EUROPA²
(EU-MARKT)



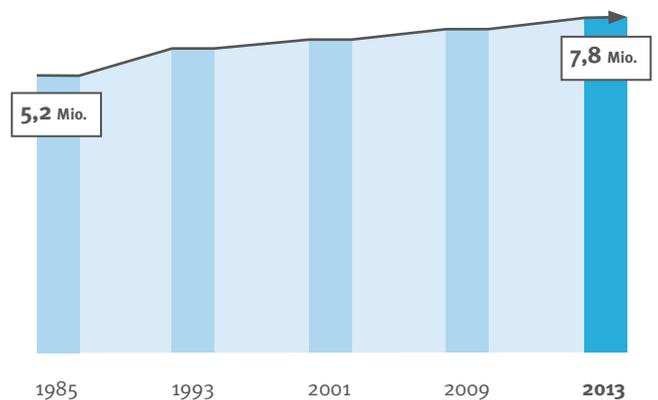
BEDEUTUNG VON BARRIEREFREIHEIT¹



DAS ALTER VON MENSCHEN MIT EINEM BEHINDERUNGSGRAD VON ÜBER 50 % IN DEUTSCHLAND³



ENTWICKLUNG DER ANZAHL VON MENSCHEN MIT BEHINDERUNGSGRAD VON ÜBER 50 % IN DEUTSCHLAND³



Quellen: **1:** Neumann, P. & P. Reuber (Hrsg.) (2004): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle. Langfassung einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Münster. (= Münstersche Geographische Arbeiten 47); **2:** GfK Belgien, University of Surrey, NeumannConsult & ProAsolutions (2014): Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe. Eine Studie im Auftrag der EU-Kommission. Brüssel.; **3:** Statistisches Bundesamt [Destatis]: Statistik der schwerbehinderten Menschen. Stand: 31.12.2013

2 GÄSTE KENNENLERNEN

WAS SIE ERFAHREN, WENN SIE MIT GÄSTEN ÜBER KOMFORT SPRECHEN

Tourismus für Alle orientiert sich an den Komfort-Wünschen der Gäste. Auch Sie können diesen Gedanken aufgreifen. Wech-

seln Sie einmal die Perspektive und betrachten Sie Ihr Produkt aus der Sicht einer der folgenden Gästegruppen:



”

Was wäre ein Urlaub in Bayern ohne Berge, und was wären die Berge ohne unsere Seilbahnen? Nicht jeder Gast kann oder will die Gipfel zu Fuß erklimmen, und so sind wir auf eine große Vielfalt von Gästen eingestellt, die oftmals ganz besondere Bedürfnisse haben. Viele ältere Gäste sind nicht mehr gut zu Fuß, Familien haben kleine Kinder dabei, und im Winter brauchen unsere Gäste Platz für Skier und Snowboards. Da braucht es ein Transportmittel, das allen gerecht wird.

“

JÖRN HOMBURG

Leitung Marketing,
Presse & Kommunikation
der Bergbahnen
Oberstdorf/
Kleinwalsertal



”
**UNSERE KINDER
ENTSCHEIDEN IM
URLAUB IMMER MIT.
NIEDRIGE TRESSEN
IN TOURIST-
INFORMATIONEN,
HOTELS ODER
MUSEEN: DAS WÄRE
AUCH FÜR SIE
BERATUNG AUF
AUGENHÖHE.**
“

FAMILIEN

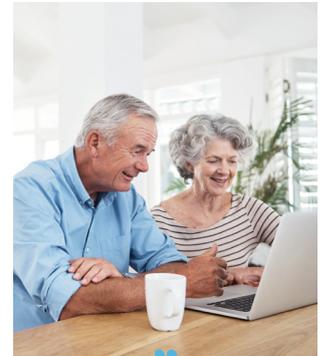
Wenn wir als Familie verreisen, sind wir gerne gemeinsam aktiv. Wir suchen deshalb vor Ort nach Zielen, die wir einerseits mit dem Kinderwagen ansteuern können und die andererseits auch unserem fünfjährigen Sohn Spaß machen. Am liebsten sind wir draußen unterwegs. Angebote in der Natur, bei denen die Kinder mitmachen können, sind uns lieb. Bei der Unterkunft legen wir Wert darauf, dass es Spielmöglichkeiten, Kinderstühle und kindgerechtes Essen gibt. Pommes und Pizza sind zwar lecker – aber unser Sohn isst auch zu Hause gerne Gemüse und Salat.



”
**WENN MIR ZWISCHEN
SEMINARENDE
UND ZUGFAHRT NOCH
ZEIT BLEIBT, GEHE
ICH GERNE INS CAFÉ.
KANN ICH DORT
MEINEN KOFFER
UNTER DEN TISCH
STELLEN, STÖRT ER
NIEMANDEN.**
“

GESCHÄFTSREISENDE MIT GEPÄCK

Im Hotel beginnt ein guter Geschäftsreisetag für mich mit einem Frühstück an einem ruhig gelegenen und gut beleuchteten Einzeltisch. Dort kann ich meine Unterlagen noch einmal durchgehen, erste Telefonate führen oder letzte Notizen machen. Reise ich abends an, freue ich mich, wenn ich ein leichtes Gericht oder eine kleine Portion essen kann. Aufzüge und Rampen nutze ich mit meinem Gepäck immer gerne.



”
**MAN SAGT, IM
ALTER SOLLTE MAN
ALLES ETWAS
RUHIGER ANGEHEN
LASSEN. KOMFOR-
TABLER TRIFFT ES
UNSERER MEINUNG
NACH BESSER.**
“

ÄLTERE GÄSTE 60+

Wir wollen am liebsten bis ins hohe Alter reisen – und das möglichst selbstbestimmt. Wichtig ist uns deshalb, dass wir schon im Vorfeld einer Reise verlässliche Informationen bekommen – über leichtere Aktivangebote zum Beispiel. Außerdem bevorzugen wir Hotels, die Komfort und Service bieten. Ebenerdige Duschen, höhere Betten oder kleine Portionen auf der Speisekarte sind da schon ein guter Anfang. Ich glaube, wer sich beizeiten auf unsere Bedürfnisse einstellt, kann uns noch gut und gerne 20 Jahre als zufriedene Gäste begrüßen.



SEITDEM ICH EINEN ROLLATOR BENUTZE, SUCHE ICH MIR NUR NOCH ZIELE, DIE MICH NICHT AUSBREMSEN.

“

ROLLATORNUTZER

Urlaub mit dem Rollator bedeutet für mich Mobilität mit Bodenhaftung. Ich will beim Reisen etwas erleben und aktiv am Geschehen teilnehmen. Mein Kopf ist ja noch völlig in Ordnung. Wenn ich gut in einen Bus einsteigen kann oder ohne Schwellen in Museen oder Geschäfte komme, dann fühle ich mich einfach besser integriert.



ICH ERLEBE, DASS WIR TATSÄCHLICH ANDERS SIND ALS ANDERE URLAUBSGÄSTE: WIR SIND TREUER.

“

ROLLSTUHLFAHRER

Wenn wir ein Reiseziel gefunden haben, an dem man unsere Bedürfnisse wahr und ernst nimmt, kommen wir gerne wieder – und meistens sogar zu Zweit. Gute Adressen empfehlen wir außerdem zuverlässig weiter. Dazu sind wir über Verbände und Foren bestens vernetzt. Man könnte fast sagen: Wenn Sie sich um eine barrierefreie Infrastruktur kümmern und Ihre Angebote deutlich herausheben, sind wir Ihre zuverlässigsten Werbebotschafter.



JA, ICH WÜRD SCHON SAGEN, DASS ICH SEHBEHINDERT BIN. EINE SPEISEKARTE KANN ICH JEDENFALLS NICHT MEHR OHNE BRILLE LESEN.

“

SEHBEHINDERT

Im Urlaub unternehmen wir viel. Wir besuchen Theater, Museen, gehen spazieren oder lecker essen. Seit etwa drei Jahren brauche ich eine Lesebrille. Und mehr Licht. Seitdem achte ich auf große Beschilderungen in Museen, gut ausgeleuchtete Tische im Restaurant oder klar leserliche Stadtpläne. Und wenn ich meine Brille doch mal vergessen habe, kann ich heute sogar oft im Hotel eine kaufen. Das nenne ich echten Service.



OB MIT ODER OHNE HÖRGERÄT: ICH VERSTEHE SIE BESSER, WENN SIE SICH MIR ZUWENDEN.

“

HÖRBEHINDERT

Mit zunehmendem Alter ließ mein Hörvermögen nach. In Sachen Verständigung sind wir deshalb auf der sicheren Seite, wenn Sie klar und langsam sprechen, mich dabei anschauen, kleinere Pausen machen und Geduld bei Nachfragen haben. Bei Preisaukünften, Reservierungen oder Wegbeschreibungen ist das zum Beispiel eine wirkliche Hilfe. Auch an einem ruhigen Tisch im Restaurant ist alles prima. Wenn Sie extrem laut sprechen, ist mir das übrigens unangenehm. Das verstehe ich dann zwar noch besser – aber alle anderen um mich herum eben auch.

Auch bei weiteren Zielgruppen wie ausländischen Gästen, Radfahrern, chronisch Kranken, kognitiv eingeschränkten Menschen sowie blinden und gehörlosen Gästen hilft ein differenzierter Blick. Oft sind es kleine Services, die Sie sofort umsetzen können und die nicht teuer sind. Oder fragen Sie Ihre Gäste

einfach einmal direkt nach ihren Wünschen. Je genauer Sie hinschauen und je aufmerksamer Sie zuhören, umso präziser können Sie reagieren. Ihr Lohn sind längere Aufenthalte, Wiederholungsbücher, gute Bewertungen sowie Empfehlungen anstelle von Beschwerden.

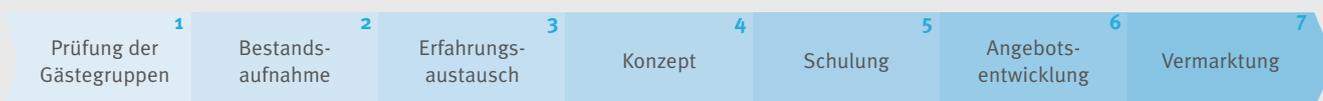
3 STRATEGIEN ENTWICKELN

WIE IHNEN DIE SERVICEKETTE BEIM ANFANGEN UND WEITERMACHEN HILFT

Die beruhigende Nachricht zuerst: Weder Orte, noch Regionen oder Betriebe können von jetzt auf gleich barrierefrei werden – dieser Prozess braucht Zeit. Wichtig ist, dass Sie ihn schrittweise einleiten und umsetzen. Ihr Ziel sollte dabei sein, auf die Gästegruppen ausgerichtete, aufeinander aufbauende Angebote bzw. Angebotselemente zu entwickeln – die sowohl auf Betriebsebene als auch auf Destinationsebene besondere

Urlaubererlebnisse erzeugen. Beachten Sie dabei, dass sowohl mobilitäts- und aktivitätseingeschränkte Gäste als auch ältere Menschen und Familien spezifische Bedürfnisse an die touristische Servicekette haben. Prüfen Sie auch, welche Anforderungen Sie für die einzelnen Gästegruppen erfüllen können und entwickeln Sie barrierefreie Lösungen durchaus auch mit Ihren Gästen gemeinsam.

WICHTIGE SCHRITTE



1 PRÜFUNG DER GÄSTEGRUPPEN

Welche Ihrer Gäste profitieren besonders von service- und komfortorientierten Angeboten? Welche Gästegruppen treffen Sie heute in Ihrem Betrieb oder Ihrer Destination bereits an? Wen möchten Sie künftig für Ihre Angebote begeistern?

2 BESTANDSAUFNAHME

Nutzen Sie z. B. die Checkliste in der Heftmitte und prüfen Sie, welche Informationen und Ausstattungen Sie bereits vorhalten.

3 ERFAHRUNGS-AUSTAUSCH

Tauschen Sie sich über Ihre Erfahrungen und Ziele mit weiteren Partnern aus. Klären Sie dabei Zuständigkeiten und Kompetenzen. Prüfen Sie die Gründung einer Arbeitsgemeinschaft „Tourismus für Alle“.

4 KONZEPT

Wer ist der Verantwortliche für das Projekt „Tourismus für Alle“? Welche Schritte sollen in welcher Reihenfolge erledigt werden? Wer soll eingebunden werden?

5 SCHULUNG

Machen Sie Ihre Mitarbeiter mit den besonderen Bedürfnissen unterschiedlicher Gästegruppen vertraut und unterstützen Sie sie im sicheren Umgang mit Menschen mit Behinderung. Ermöglichen Sie ihnen Schulungen und Weiterbildungen zum barrierefreien Tourismus und den Anforderungen der Gästegruppen.

6 ANGEBOTS-ENTWICKLUNG

Erarbeiten Sie serviceorientierte und komfortable

Angebote und Produkte anhand von thematischen Schwerpunkten (z.B. Radtourismus, Wandertourismus, Kulturtourismus). Lassen Sie Ihre Angebote anschließend von externen Prüfern auf die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Informationen hin anschauen.

7 VERMARKTUNG

Vermarkten Sie gemeinsam mit den Tourismusvertretern und weiteren Betrieben vor Ort Ihre Angebote für Alle.



HANS-DIETER NIEDERPRÜM

Geschäftsführer Tourismusverband Fränkisches Seenland

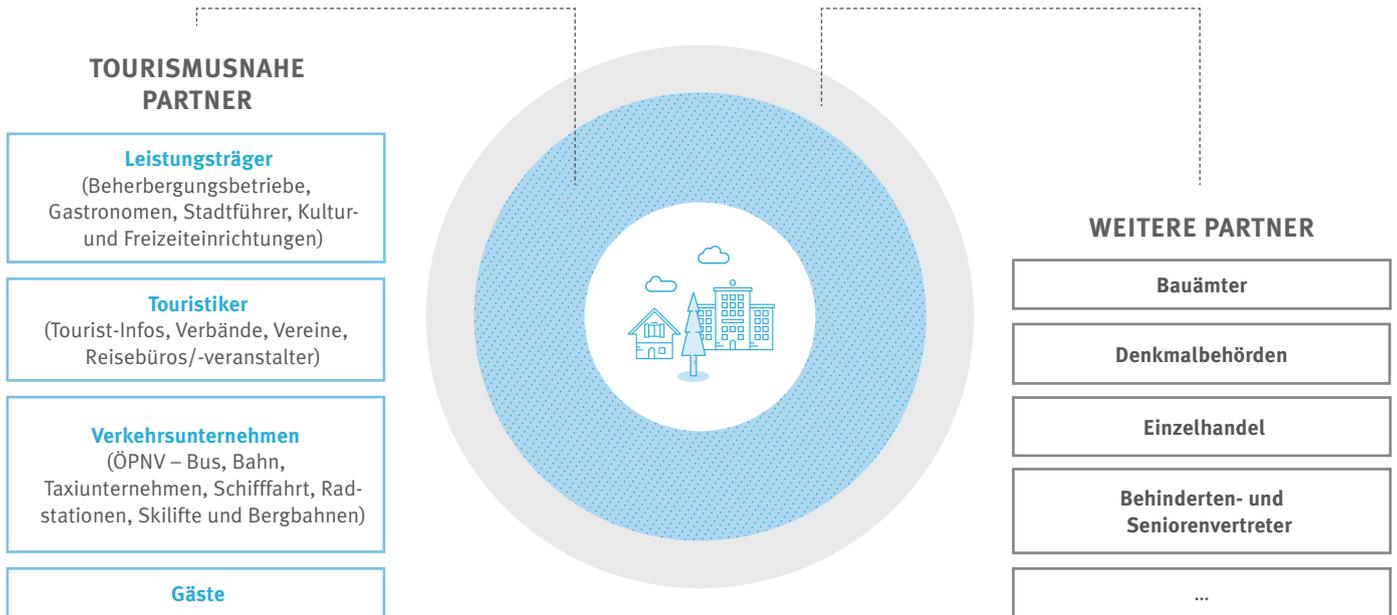
”

Leistungsträger glauben oft, dass Barrierefreiheit bedeutet, dass alle Räume mit Rampen erreichbar sein und alle Normen eingehalten werden müssen. Diese Angst müssen wir den Anbietern nehmen, denn 100-prozentige Barrierefreiheit ist nun mal nicht möglich, schon gar nicht von heute auf morgen. ‚Einfach mal anfangen‘ heißt die Devise, und schauen, was man gemeinsam erreichen kann. Man braucht realistische Ziele und natürlich engagierte Leute, die mitmachen. Wir haben im Fränkischen Seenland schon seit 20 Jahren

einen aktiven Arbeitskreis, der sich regelmäßig trifft. Ein Austausch ist ganz wichtig, denn man muss nicht alle Fehler wiederholen, die andere schon gemacht haben. Außerdem kann man nur gemeinsam die vorhandenen Angebote bündeln und dem Gast kommunizieren. Tourismus für Alle ist kein Selbstläufer. Wir haben einen „Kümmerer“, bei dem alle Fäden zusammenlaufen und der als Ansprechpartner für Leistungsträger und Gäste fungiert. Dass eine solche Person im besten Falle aus dem Tourismus kommt, ist klar.

“

NETZWERK IN DER DESTINATION



BARRIEREN VERMEIDEN – MIT GESCHULTEM BLICK AUF DIE SERVICEKETTE



Die Servicekette ist ein strukturiertes Hilfsmittel, mit dem man die eigenen Dienstleistungen aus Sicht der Gäste systematisch erfassen und auf „kritische Elemente“ hin überprüfen kann.

4 VERSTÄNDNIS VERTIEFEN

WESHALB SCHULUNGEN SOWOHL QUALIFIZIEREN, ALS AUCH SENSIBILISIEREN

Eine Reise beginnt mit Vorfreude und endet bestenfalls mit einer Empfehlung. Dazwischen beeinflusst eine ganze Reihe von Service-Leistungen, ob Gäste ihre Reise als gelungen erleben. Alle, die am Zustandekommen eines Angebots beteiligt sind, können ihre Servicequalität steigern, wenn sie Prozesse, Abläufe und Standards auch auf barrierefreie Aspekte hin ausrichten. Jeder einzelne Reisebaustein trägt dazu bei: Die Qualität der Informationen, die Anreise, die Gestaltung der Zimmer, die Gastronomie, die Freizeitaktivitäten und die handelnden Personen. Servicequalität nach außen setzt aber eine gute Dienstleistungskultur nach innen voraus. Sie beginnt damit, auf allen

Betriebsebenen das Bewusstsein für die Bedürfnisse von mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Gästen zu schärfen. Hausinterne Seminare, Branchentreffen und Fachmessen, aber vor allem gezielte Schulungen vermitteln Führungskräften, Mitarbeitenden von Tourist-Informationen, Destinationsentwicklern, Hoteliers und Gastronomen sowie Servicekräften erste wichtige Hintergründe. Eine solide Basis, um vor Ort Ansprechpartner zu sein, Arbeitsgruppen zu betreuen, Leistungsträger zum Mitmachen zu motivieren und die Partner auf der Orts- oder Verbandsebene mit Best-Practice-Tipps zu unterstützen.

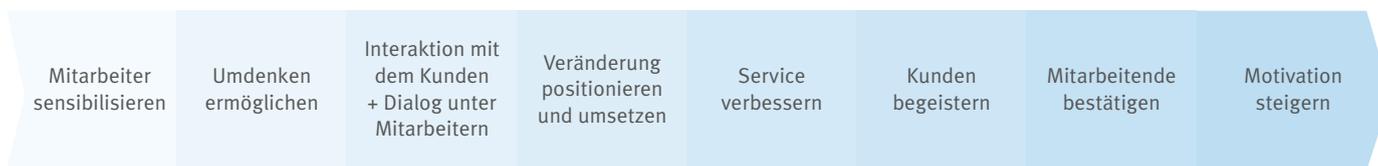


Schulungen vermitteln nicht nur detaillierte Kenntnisse über Gäste, die von Barrierefreiheit besonders profitieren. Sie regen auch zum Austausch und zur Nachahmung von Best-Practice-Beispielen an.

Informationen zu aktuellen Schulungsangeboten finden Sie hier:

www.daby.bayern.by/barrierefrei

INNERBETRIEBLICHE EFFEKTE VON WEITERBILDUNGEN



GUT GESCHULT – GUT BETREUT – GUT BEWERTET: WIE GÄSTE ÜBER URLAUB REDEN



Gäste erinnern sich nicht nur besonders intensiv an negative Urlaubserlebnisse. Sie erzählen auch besonders gerne davon. Untersuchungen zeigen, dass ein unzufriedener Gast seine negativen Erlebnisse zehn Personen erzählt, während

ein zufriedener Gast nur mit drei Personen über seine positiven Erfahrungen spricht. Gut geschultes Personal erkennt Missstimmungen rechtzeitig, klärt sie vor Ort und beugt so einem schlechten Leumund vor.



?

Gehe ich mit einem Rollstuhlfahrer in eine Ausstellung? Oder gehe nur ich – und er rollt?



Schlüpfen Mitarbeitende in die Rolle ihrer Gäste, erleben sie die kritischen Momente in der „Servicekette“ unmittelbar.

?

Darf ich einem blinden Gast eigentlich ‚Auf Wiedersehen‘ sagen?



Nachschauen lohnt sich: Wer die Barrierefreiheit seines Angebots strukturiert erfasst, staunt nicht selten darüber, wie viele Merkmale es bereits erfüllt.



DAVID WITTNER
Leiter Tourist Information
Nördlingen

”

Bei der Schulung zum barrierefreien Tourismus der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH hat mich besonders überrascht, wie unterschiedlich die Gästegruppen sind, die von Barrierefreiheit profitieren. Selbst die Gäste im Rollstuhl kann man nicht über einen Kamm scheeren, zu unterschiedlich sind ihre Wünsche

und Anforderungen an eine zugängliche Infrastruktur. Ganz besonders haben mich die Simulationsübungen beeindruckt. Wenn man einmal selbst im Rollstuhl gesessen hat oder sich Dank Simulationsbrillen in die Rolle von Gästen mit Sehschwierigkeiten versetzt hat, bekommt man ein ganz anderes Gefühl für seine Gäste.

“

EIN INTERVIEW MIT VERENA BENTELE



Die Wahlmünchnerin Verena Bentele zählt als zwölfwache Paralympics-Siegerin zu den erfolgreichsten Wintersportlern der Welt. Seit 2014 ist sie Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen.

Frau Bentele, Sie reisen viel und gerne, waren auf dem Kilimandscharo und als erster blinder Mensch auch auf dem Mount Meru. Wie orientieren Sie sich in einer neuen Umgebung?

Für meine Orientierung gibt es einerseits den Blindenstock als wichtiges Hilfsmittel. Mit ihm erkenne ich Stufen, Schilder und andere Hürden, die mir im Weg stehen. Andererseits ist natürlich auch meine Assistenz wichtig; beispielsweise bei Dienstreisen habe ich eine Arbeitsassistentin dabei, die mit mir den richtigen Bahnsteig findet, mich zum Konferenzraum begleitet oder mir Räumlichkeiten beschreibt, in denen ich Vorträge halte. Wenn ich privat verreise, dann bin ich meist mit Freunden unterwegs, die mir in einer Stadt oder in der

Natur viel beschreiben, die mit mir Rad fahren, Ski laufen oder die das Auto steuern.

Die Standards in puncto Barrierefreiheit sind von Land zu Land stark unterschiedlich. Gibt es aus Ihrer Sicht ein Best Practice Beispiel?

Nicht einzelne Länder, aber einzelne Einrichtungen tun sich hier hervor. So gibt es Restaurants mit Speisekarten in besonders kontrastreicher und auch in Brailleschrift für Menschen mit Sehbehinderungen. Eine Beschilderung und Bodenleitsysteme können ebenfalls sehr hilfreich sein. Und Hotels können sich durch induktive Höranlagen, Blinksignale etwa am Telefon, einem abgesenkten Counter an der Rezeption oder taktile Handläufe auszeichnen. Der barrierefreie Zugang zum Gebäude ist immer erst der Anfang.

Wie bereiten Sie sich auf eine Reise vor? Treffen Sie spezielle Vorkehrungen oder haben Sie einen Fragenkatalog, den Sie vorab mit touristischen Anbietern klären?

In meinem Fall gilt es zu klären, dass das Zimmer im Hotel leicht aufgefunden werden kann. Außerdem kläre ich ab, ob ich an allem teilnehmen kann. Beispielsweise bei Bergbesteigungen ist vorher abzuklären, ob der Bergführer mich mitnimmt. Bei Rollstuhlfahrern gibt es jedoch deutlich mehr und andere Dinge abzuklären. Ist die Tür ins Badezimmer auch für einen Elektro-Rollstuhl breit genug? Welche Höhe hat das Bett? Können alle Räumlichkeiten ohne Treppen erreicht werden? Hier wünsche ich mir deutlich transparentere Informationen der Leistungsanbieter.

Es ist anzunehmen, dass das vorhandene Reiseangebot für Menschen mit Handicap deutlich größer ist, als man – aufgrund der vorhandenen Informationen – vermuten könnte. Wie denken Sie darüber bzw. was sind Ihre Erfahrungen?

Ich denke, dass es bereits einige gute Angebote für Menschen mit und ohne Behinderung gibt. Schon 2005 hat der DEHOGA Mindeststandards vereinbart. Aufgrund der immer mehr älteren Menschen benötigen wir jedoch meines Erachtens noch viel mehr Reiseangebote, die auch eine Hilfestellung im Bereich Mobilität oder Informationen in leichter Sprache beinhalten. Neben Menschen mit einer Behinderung profitieren auch Senioren und Familien von barrierefreien Angeboten.

Hand aufs Herz – wie groß sind Ihrer Erfahrung nach die Barrieren in den Köpfen der

Menschen gegenüber Personen mit Handicap?

Es gibt natürlich immer noch viele Barrieren in den Köpfen. Um diese zu beseitigen, müssen wir noch viel investieren, und ich weiß, dass sich jede Anstrengung lohnt. Gemeinsame Erfahrungen wie beispielsweise Reisen helfen schon sehr, um diese Barrieren zu beseitigen. Nur wenn Menschen mit und ohne Behinderung sich kennen, wird das Verständnis wachsen.

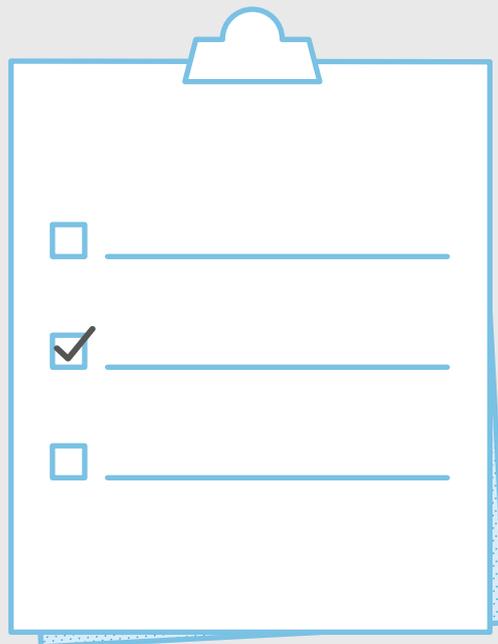
Manchmal sind es die kleinen Dinge, die das Leben leichter machen. Haben Sie Ideen, mit welchen Kleinigkeiten und ohne hohe Investitionskosten touristische Betriebe Gästen mit Handicap das Reisen erleichtern könnten?

Erst einmal werbe ich dafür, dass Informationen besser kommuniziert werden. Dann erleben Nutzer keine unangenehmen Überraschungen und wissen, worauf sie sich einlassen. Dann sind oft auch Kleinigkeiten entscheidend: Ich zum Beispiel als blinde Hotelbesucherin wünsche mir, dass an den Türen die Zimmernummer mit Brailleschrift angeschrieben wird, so verirre ich mich nicht ins falsche Zimmer.

Vielen Dank, Verena Bentele.

CHECKLISTE

HIER HERAUSTRENNEN
UND LOSLEGEN!



Haben Sie die Vielfalt Ihrer Gäste schon im Blick? – Machen Sie den Check!

KEINE SORGE: Kaum ein Betrieb wird auf Anhieb bei allen Punkten der Checkliste ein Häkchen setzen können. Viel wichtiger ist, dass Sie Ihre Gäste darüber informieren, was Sie bereits

anbieten. Die Checkliste soll Ihnen bei der Bestandsaufnahme helfen. Danach können Sie sich immer noch Stück für Stück in den offen gebliebenen Punkten verbessern.



ZUGÄNLICHKEIT VON GEBÄUDEN

- Eingangsbereich ist kontrastreich gestaltet und gut beleuchtet

- Türen haben eine Durchgangsbreite von mindestens 80 cm (besser 90 cm), Eingangstüren mind. 90 cm

- wichtige Gänge und Flure sind mindestens 120 cm breit

- Treppen haben einen beidseitigen Handlauf

- Stufen sind kontrastreich gekennzeichnet

- Rampen sind mindestens 120 cm breit und haben beidseitigen Handlauf, ihre Steigung beträgt höchstens 6 %

- Aufzug hat eine Kabinengröße von mindestens 110 x 140 cm und eine Aufzugstür von mindestens 90 cm

- Tresen/Counter sind teilweise auf 80 cm abgesenkt und unterfahrbar

- Glastüren haben gut sichtbare Sicherheitsmarkierungen



SANITÄRBEREICH

- Sanitärräume haben Bewegungsflächen von mindestens 120 x 120 cm (besser 150 x 150 cm)

- rechts und links vom WC ist ausreichend Platz (70 x 90 cm), damit Rollstuhlfahrer seitlich anfahren können

- Klappbare Haltegriffe sind rechts und links vom WC vorhanden

- Dusche ist bodengleich, Haltegriffe sind angebracht, Klappsitz oder Hocker ist vorhanden

- Spiegel sind im Sitzen und für kleine Gäste und Kinder einsehbar

- Wickeltisch und Hochstuhl für Kleinkinder sind vorhanden



BEHERBERGUNGSBEREICH

- Buchungsunterlagen sind verständlich und transparent mit Anreisebeschreibung und Hinweisen zum ÖPNV

- ein Gepäcktransfer von und zum nächsten Bahnhof wird auf Wunsch angeboten

- Zimmernummern und Wegweiser im Gebäude sind deutlich und gut lesbar

- Tische sind für Rollstuhlfahrer gut unterfahrbar (in einer Höhe von 67 cm mindestens 30 cm Unterfahrbarkeit)

- Zimmer haben Bewegungsflächen von mindestens 120 x 120 cm (besser 150 x 150 cm)

- Betten sind mindestens 50 cm hoch (Oberkante Matratze), bestenfalls aber höhenverstellbar



AUSSENBEREICH

- Behindertenparkplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe zum Eingangsbereich

- Behindertenparkplätze sind 350 cm breit und 500 cm lang, ihr Bodenbelag ist rutschfest und eben

- Wege sind mindestens 70 cm breit (besser 90 cm), der Belag ist eben, fest und gut befahrbar

- Sitzgelegenheiten sind in ausreichender Zahl vorhanden

- die Beschilderung vor Ort ist eindeutig, gut sichtbar, blendfrei und kontrastreich sowie in einer gut lesbaren Höhe angebracht

- öffentliche und barrierefrei zugängliche Toiletten sind in ausreichender Zahl vorhanden



MUSEEN, AUSSTELLUNGSRÄUME UND FÜHRUNGEN

- Beschreibungen der Exponate sind gut lesbar, kontrastreich und in ausreichend großer Schrift beschriftet

- Beschreibungen in „leichter Sprache“ für Besucher mit kognitiven Einschränkungen, Kinder oder ausländische Besucher sind vorhanden

- Medien zur Ansprache des Hör- und Tastsinns kommen zum Einsatz (Audio-/Videoguides, Tastobjekte etc.)

- technische Hilfsmittel für Gäste mit Hör- und Sehschwierigkeiten wie FM-Anlagen, bei denen die Stimme direkt zum Hörgerät des Gastes übertragen wird, sind vorhanden

- bei Bedarf kann ein Gebärdensprachdolmetscher herangezogen werden

- ein Set ausleihbarer Lesebrillen ist vorhanden



Einfach abhaken!



HINWEIS:

Die Qualitätskriterien, die als Basis für die Kennzeichnung „Reisen für Alle“ dienen, finden Sie für die unterschiedlichen Personengruppen unter www.reisen-fuer-alle.de



LOHNT SICH DIE INVESTITION?

Überlegen Sie, welche Ihrer Gäste von barrierefreien Angeboten profitieren. Nehmen wir als Beispiel eine Rampe, die in aller Regel vor allem mit Rollstuhlfahrern assoziiert wird. Natürlich ist ein stufenloser Zugang für Rollstuhlfahrer eine unabdingbare Voraussetzung für einen erlebnisreichen Urlaub. Aber was ist mit älteren Gästen, denen das Treppensteigen schwerfällt? Oder mit jungen Familien, die mit einem Kinderwagen unterwegs sind? Freuen sich nicht auch Fahrradfahrer, wenn sie ihr

Bike ohne Stufen in den Keller bringen können? Und ob es einen Gast gibt, der seinen Rollkoffer gerne die Stufen hochschleppt?

Eine Rampe kann sich schon lohnen, wenn Sie nur an Ihre rollstuhlfahrenden Gäste denken. Aber wenn Sie bedenken, dass alle Ihre Gäste von der Sicherheit und dem Komfort einer Rampe profitieren, dann fällt die Antwort eindeutig aus: Klar, die Investition lohnt sich!

5 STATUS QUO KLÄREN

WOZU CHECKLISTEN DIENEN UND WAS GÄSTE-FEEDBACK VERRÄT

PRAGMATISCH HANDELN

Barrierefreiheit bedeutet nicht, aus dem Stand maximale Anforderungen erfüllen zu müssen. Sie ist vielmehr entwicklungs-fähig und ein kontinuierlicher Weg hin zu mehr Komfort für alle. Anfangen ist leicht: Beginnen Sie doch ganz pragmatisch mit einem Selbsttest. Leihen Sie einen Rollstuhl oder einen Rollator im Sanitätshandel und testen Sie Ihr Angebot. Bewegen Sie sich mit Kopfhörern oder einer Brille, die Sehschäden simuliert (z. B. vom Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband – www.dbsv.org) durch Ihre Räume oder begleiten Sie eine Familie durch den Tag. Viele Anbieter und Leistungsträger staunen dabei übrigens, welchen barrierefreien Services sie bereits anbieten und welche zusätzlichen Zielgruppen sie damit bedienen können. In jedem Fall haben Sie nach einem solchen Test einen besseren Überblick, wo es „hakt“. Wenn Sie Barrierefreiheit dann bei künftigen Plänen gleich mitdenken, halten Sie den Aufwand im Rahmen und können sukzessive weitere Zielgruppen erschließen.



FEEDBACK EINFORDERN

Die Gäste selbst geben oft die besten Hinweise dazu, was ihren Aufenthalt noch barrierefreier oder komfortabler machen würde. Aktiv deren Feedback einzufordern, ist daher Marktforschung aus erster Hand. Gelegenheiten dazu gibt es viele: Bereits beim Versand von Informationen oder Buchungsunterlagen lassen sich Hinweise zur Barrierefreiheit vermitteln und Gästewünsche abfragen. Auch aufmerksamem Zuhören und Gespräche vor Ort führen zu neuen Ideen. Werden diese auch noch zeitnah umgesetzt, begeistert das die Gäste und erhöht die Chancen auf gute Kritiken in den Bewertungsportalen. Persönlich und dennoch diskret sind auch Fragebögen mit frankiertem Rückumschlag, die der Gast in Ruhe zu Hause beantworten kann.

”

Auf den ersten Blick ist ein Alpen-Nationalpark für die Entwicklung eines „Tourismus für Alle“ ein schwieriges Terrain. Wir haben hohe Berge, steile Wege und eine Natur, in die wir so wenig wie möglich eingreifen wollen. Und dennoch haben wir gemeinsam mit unseren Gästen, die in besonderem Maße von barrierefreien Angeboten profitieren, zahlreiche Angebote schaffen können. Zum Beispiel eine 55 m lange barrierefreie Hängebrücke. „Gemeinsam mit unseren Gästen“ ist hier wörtlich zu nehmen, denn wir haben von Beginn an Betroffene, Verbände und Privatpersonen einbezogen und auf Exkursionen in den Nationalpark getestet, was möglich ist – und was nicht. Dabei war es sehr hilfreich, die „Experten in eigener Sache“ schon frühzeitig einzubinden, denn so lassen sich Planungsfehler vermeiden.

Aber auch im weiteren Verlauf ist uns das Feedback unserer Gäste wichtig. Wir haben im Nationalpark eine Arbeitsgruppe, die sich regelmäßig trifft. Außerdem führen wir zahlreiche Gespräche mit unseren Gästen und haben Evaluierungsbögen entwickelt, die detailliert ausgewertet werden. Hier finden wir oft wichtige Anregungen für weitere Verbesserungen. Unser Anspruch muss es schließlich sein, allen Besuchern Bildung für nachhaltige Entwicklung zu vermitteln und dabei eine möglichst geschlossene Servicekette anzubieten. Und das geht nur mit Unterstützung der Gäste selbst.

“



CHRISTIAN GRASSL
Nationalpark Berchtesgaden



PERSÖNLICH

Im Gespräch mit den Gästen erhält man oft gute Ideen und Hinweise für barrierefreie Lösungen.



NACHHALTIG

Wenn Gäste erleben, dass ihr Feedback geschätzt wird, sagen sie offen ihre Meinung.



VIelfÄLTIG

Fragen Sie unterschiedliche Gästegruppen nach ihren Erfahrungen mit Ihrem Angebot.



VORAUSSCHAUEND

Stehen Renovierungen an, können Architekten/ Handwerker die Barrierefreiheit gleich mit einplanen.

TO DO:

Checkliste in der Broschürenmitte durchgehen

Selbsttest machen um Lücken zu identifizieren

Gäste befragen

6 ANGEBOTE FÜR ALLE SCHAFFEN

WOHIN DIE REISE GEHT, WENN SIE VERÄNDERUNGSBEREIT BLEIBEN

Niemand kann im Tourismus Angebote machen, die für alle Gästegruppen gleichermaßen perfekt sind. Auch barrierefreier Tourismus plädiert nicht für „Gleichmacherei“, sondern zunächst für mehr Gästekomfort innerhalb Ihrer jeweiligen touristischen Kernkompetenz. Beginnen Sie also erst einmal dort, wo Sie bereits stark sind. Wenn Sie veränderungsbereit bleiben, sich die Bedürfnisse der verschiedenen Gästegruppen immer wieder vergegenwärtigen und die barrierefreien Angebote in Ihrem Kerngeschäft ausbauen, schärfen Sie damit langfristig Ihr Profil. Bei konkreten baulichen Fragen unterstützen Sie z. B. die Mitarbeitenden der Bayerischen Architektenkammern mit vielen Tipps. Nehmen Sie doch einmal Kontakt auf:

www.byak.de/start/beratungsstellen

Eine aufmerksame, zugewandte Kommunikation mit den Gästen ist kostenlos und kann bestehende Barrieren sogar vorübergehend ausgleichen. Auch kleine Änderungen, die oft gar nichts oder wenig kosten, sorgen bei Gästen mit spezifischen Bedürfnissen für mehr Komfort: ein Stockhalter an der Rezeption, ein Koch, der sich auf Allergiker einstellen kann, Stadt- und Museumsführungen in einfacher Sprache. Nicht nur die Gäste freuen sich darüber. Für die Mitarbeitenden in den Tourist-Informationen und die Produktentwickler in den Marketingverbänden ist jedes neue Ausstattungsmerkmal ein gutes Verkaufsargument für das Reiseziel. Kommunizieren Sie also auch mit Ihren Branchenkollegen über Ihr Engagement. Wer weiß, was sich daraus ergibt ...



KOMMUNIKATIV

Ältere Gäste oder Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen profitieren besonders davon, wenn sie beim ersten Besuch im Hotel zur Orientierung eine kurze Hausführung erhalten.



PRAKTISCH

Ein Tisch, der an einer Seite unbestuhl bleibt und nicht allzu niedrig ist, ist für alle Gäste praktisch, die mit Business-Koffern, Rollstühlen, Kinderwagen oder Rollatoren unterwegs sind.



EINLADEND

Sitzbänke an Wanderwegen steigern die Erholungsqualität, wenn sie ein durchdachtes und schickes Design haben.



BEWEGLICH

Freie Bewegungsflächen sind im Hotelzimmer für blinde Menschen ein Muss, für Menschen mit Rollator eine Erleichterung und für alle anderen Gäste komfortabel. Fangen Sie doch einfach mit einem Zimmer an.



SCHICK

Vor einem Spiegel, der sich abklappen lässt oder bis zum Waschbecken reicht, können auch kleine Menschen prüfen, ob ihre Frisur gut sitzt.



GESCHMACKVOLL

Ebenerdige Duschen oder Haltegriffe, Hocker und Ablagen in elegantem Design werten das Angebot auf und begeistern alle Gäste. Schickes Design und Barrierefreiheit sind kein Widerspruch!

**SCHNELL UMGESETZT:
EINFACHE TIPPS FÜR MEHR BARRIEREFREIEN KOMFORT**

**KLEINE SERVICE-LEISTUNGEN,
DIE IM GEDÄCHTNIS BLEIBEN**

Vermeiden Sie zur Freude von Allergikern Reinigungsmittel mit Duftstoffen.

Stellen Sie für Eltern mit kleinen Kindern einen sicheren Platz für Kinderwagen und / oder Kinderräder zur Verfügung.

Bringen Sie an Glastüren Kontrastelemente an.

Führen Sie Besucher mit Hilfe von deutlichen Wegweisern barrierefrei durch eine Ausstellung.

Sichern Sie Treppenaufgänge mit einem Handlauf.

Halten Sie ein Set mit Lesebrillen für Ihre Gäste bereit.

Nehmen Sie kleine Portionen auf die Speisekarte.

Bieten Sie Abholdienste oder Gepäcktransfers an.

Sorgen Sie für gute Beleuchtung in Fluren, an Restauranttischen und auf dem Weg zur Toilette.

Wählen Sie für die Speisekarte eine große Schrift.

Montieren Sie in Sanitärräumen Haltegriffe und stellen Duschhocker bereit.

Befestigen Sie helle Kontraststreifen an den Kanten von Treppenstufen.

Legen Sie eine Liste mit den Telefonnummern der örtlichen Ärzte auf jedes Zimmer.

GÄSTE GUT INFORMIEREN

Lassen Sie von Ihrer Agentur eine barrierefreie Homepage gestalten.

Präsentieren Sie Prospekte in unterschiedlichen Griffhöhen.

PERSÖNLICHER UMGANG MIT DEN GÄSTEN

Ziehen Sie sich einen Stuhl heran, um mit Gästen im Rollstuhl auf Augenhöhe zu reden.

Weisen Sie in Ihren Prospekten auf barrierefreie Ausstattungen hin.

Schulen Sie Ihr Personal, damit es die Gäste verlässlich über Angebote informieren kann.

Binden Sie blinde Menschen in ein Gespräch ein, indem Sie ihn mit Namen anreden und sich selbst und andere mit Namen vorstellen.

Sorgen Sie bei Gesprächen mit Gästen mit Hörschwierigkeiten für ein ruhiges Umfeld.

INFORMATIONEN MIT ALLEN SINNEN VERMITTELN

Auf dem Weg zu mehr Reisekomfort für alle sind die neuen Medien und Technologien eine große Hilfe. Informationen können über das Internet tagesaktuell gehalten werden – zum Beispiel, wenn ein Restaurant seine Speisekarte auf einer barrierefreien Webseite oder als PDF-Datei veröffentlicht. Bei Museums- oder Gästeführungen sind Funkverstärkungen und Audio- oder Video-Guides immer häufiger selbstverständlich. Theater und

andere Veranstaltungsorte können auf diese Weise Sitzplätze mit Funkverstärkung anbieten. Mit gut recherchierten Apps lässt sich wiederum eine Stadt in eigenem Tempo und ohne Barrieren erkunden. Ausstellungen profitieren davon, wenn sie mit taktilen Exponaten mehrere Sinne ansprechen und ihre Themen leicht verständlich und abwechslungsreich vermitteln.



EINFACH

Nicht jeder versteht komplizierte Fachausdrücke. Führungen in leichter Sprache vermitteln Inhalte so, dass sie kinderleicht verständlich sind. Davon profitieren auch kognitiv eingeschränkte Menschen.



INDIVIDUELL

Mit einem Audio-Guide können hörgeschädigte Menschen und Individualisten eine Ausstellung in ihrem eigenen Tempo erkunden.



INTEGRATIV

Videoguides ermöglichen Detailansichten, können zusätzliches Bildmaterial integrieren und Informationen auch in Gebärdensprache übersetzen.



DR. ASTRID PELLEGAHR

Leiterin der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern

”

Hinkommen, Reinkommen, Klarkommen – das ist die Maxime, die für ein erfolgreiches inklusives Konzept in Museen unbedingt beachtet werden muss. Kulturelle Teilhabe für alle zu ermöglichen, ist vielen Museen ein Anliegen. Barrierefreiheit und Inklusion stellen die Museen aber auch vor große Herausforderungen, bei denen die Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern die Häuser bestmöglich begleitet und finanziell fördert.

Erfreulicherweise machen sich immer mehr Freilichtmuseen, Kunst- und kulturhistorische Museen oder auch die Stadtmuseen auf den Weg und entwickeln inklusive Vermittlungsangebote. Alle machen dabei die Erfahrung, dass Inklusion allen Besucherinnen und Besuchern zu Gute kommt und letztlich einen Gedanken erweitert, der als Besucherorientierung in zeitgemäßen Museen zur selbstverständlichen Grundhaltung gehören sollte.

“



ZUGEWANDT

Niedrige Beratungstische erlauben Gespräche auf Augenhöhe – sowohl mit Kindern als auch mit allen anderen Gästen, die bei einem Gespräch gerne sitzen oder sitzen müssen.



DEUTLICH

Gut lesbar, klar erkennbar und in einer Höhe angebracht, die alle sehen können.



EINLEUCHTEND

Gut ausgeleuchtete Vitrinen setzen Ausstellungsstücke für alle sichtbar in Szene.



GRIFFIG

Stadtmodelle sind haptische Erlebnisse für blinde Menschen, beliebte Fotomotive für Jedermann und künstlerische „Hingucker“ im Stadtbild.



AUFMERKSAM

Prospekte können auch so sortiert werden, dass kleine wie große Menschen alle Informationen bequem erreichen – Rollstuhlfahrer inklusive.



ENTSPANNEND

In ruhigeren Bereichen eines Restaurants können hörgeschädigte Gäste besser kommunizieren und Gäste mit Ruhebedürfnis einfach mal „abschalten“.

RÄDER-FÜSSE-REGEL:

Können sich Ihre Gäste sowohl zu Fuß als auch mit Kinderwagen, Rollstuhl oder Rollator bei Ihnen bewegen?

2-SINNE-REGEL:

Sind Informationen für Ihre Gäste über zwei Sinne wahrnehmbar? Sind also zum Beispiel die Beschreibungen Ihrer Ausstellungsstücke sowohl als Text lesbar und gleichzeitig mit einem Audioguide hörbar?

KISS-REGEL:

Finden Ihre Gäste Informationen nach der Regel „Keep it short and simple“ – also „Mach es kurz und einfach“?

7 MARKETING DIFFERENZIEREN

WARUM ES BEI ALLEN GÄSTEGRUPPEN UM BEGEISTERUNG GEHT

Barrierefreiheit ist kein Reiseanlass. Deshalb wollen auch Gäste, die von barrierefreien Angeboten profitieren, genau wie alle anderen Gäste die schönste Zeit des Jahres an einem Ziel verbringen, für das sie sich emotional begeistern. Bewerben Sie Ihre barrierefreien Angebote daher über das Reiseerlebnis selbst. Auch deshalb, weil häufig Menschen mitreisen, die zwar von der Barrierefreiheit profitieren, aber selbst nicht auf sie angewiesen sind. Für sie steht das Reiseerlebnis als Buchungsmotiv noch stärker im Vordergrund. Vermarkten Sie also die gesamte Erlebniswelt Ihres Ortes oder Ihrer Destination und ergänzen Sie die Angebote für jede Zielgruppe mit spezifischen Angaben zur Barrierefreiheit. Vergewen Sie sich dazu die Alleinstellungsmerkmale Ihrer Destination oder Ihres Betriebes und fokussieren Sie sich bei der Gestaltung und beim Ausbau Ihrer barrierefreien Angebote auf eben diese Stärken. Technische Da-

ten und reine Fakten allein werden Ihre Gäste kaum dazu bewegen, Ihnen ihre wertvollste Zeit des Jahres anzuvertrauen. Sprechen Sie vielmehr die Wünsche Ihrer Gäste direkt an und machen Sie mit professionellen Fotos Lust auf Ihr Angebot. Von barrierefreien Angeboten profitieren alle! Aber unterschiedliche Gästegruppen wollen auch unterschiedlich angesprochen werden. Junge Familien werden sich kaum von einem älteren Rollstuhlfahrer auf dem Cover Ihrer Broschüre angesprochen fühlen. Und umgekehrt gilt dasselbe. Überlegen Sie also, wenn Sie ansprechen wollen und wählen Sie passenden Text und Bebilderung. Kommunizieren Sie Ihren barrierefreien Service und Komfort auf eine einfache, klare Art und Weise. Wichtig ist, dass Sie die Informationen immer ehrlich, eindeutig und verlässlich weitergeben.

GERADE FÜR ANBIETER, DIE FAMILIEN ALS GÄSTE HABEN, LOHNT ES SICH, ÜBER BARRIEREFREIE ANGEBOTE ZU INFORMIEREN

Statistik der Reisenden, die sich vor Reiseantritt über Zugänglichkeitsbedingungen informieren:



67 %

Reisende mit Kindern



57 %

mobilitäts- und aktivitätseingeschränkte Reisende



48 %

Reisende 65+

INFORMATIONSQUELLEN FÜR BEHINDERTE UND ÄLTERE MENSCHEN SOWIE FAMILIEN MIT KINDERN



51 %

Familie, Freunde, Kollegen



46 %

touristische Webseiten



35 %

Broschüren



35 %

Vereine, Verbände



49 %

eigene Erfahrung



35 %

Foren, Blogs

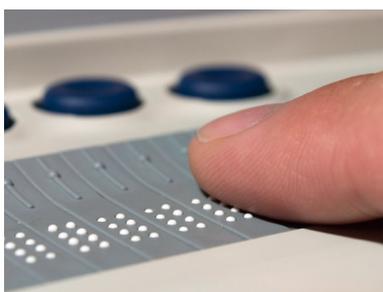


35 %

soziale Netzwerke

KLAR UND DEUTLICH KOMMUNIZIEREN

Ihre Gäste möchten Werbemittel, Beschilderungen und Internetseiten bequem lesen können. Unterstützen Sie dies, indem Sie für Ihre Informationen einen möglichst großen Schriftgrad und eine schnörkellose Schriftart wählen. Besonders angenehm zu lesen sind kontrastreiche Schrift- und Hintergrundfarben wie Schwarz-Weiß oder Blau-Weiß. Vermeiden Sie kursive Schriften und Unterstreichungen. Achten Sie auch darauf, Beschil-



Blinde Gäste können sich die Informationen Ihrer Website über eine Braillezeile ausgeben lassen – wenn die Website barrierefrei programmiert wurde.



Wer sich ohne Hürden über barrierefreie Angebote informieren kann, fühlt sich sicher und fasst Vertrauen in ein Angebot.



Im Alter nimmt die Sehstärke ab. Schilder sollte man aber auch noch lesen können, wenn man seine Lesebrille vergessen hat.

derungen und Auslagen in gut lesbarer bzw. greifbarer Höhe anzubringen. So können sowohl Kinder und Rollstuhlfahrer, als auch kleine Menschen sie gut einsehen oder mitnehmen. Blinden Gästen können Sie den Zugang zu Informationen auf Ihrer Website mit einem Screenreader – einer digitalen Vorlesehilfe – ermöglichen.



WORAUF SIE BEI EINER BARRIEREFREIEN WEBSITE ACHTEN SOLLTEN

- + stets aktuell und verlässlich
- + verständliche und übersichtliche Navigation
- + ein eigener Menüpunkt zur Barrierefreiheit bündelt wichtige Informationen und erleichtert die Orientierung, trotzdem sollten die wichtigsten Infos zu Komfort und Service auch in den allgemeinen Beschreibungen zu finden sein
- + umfassende Infos zur Barrierefreiheit sind vor einer Reise einsehbar
- + Schrift kann vergrößert werden
- + Kontrast kann erhöht werden
- + ein Screenreader kann Texte und Bildbeschreibungen vorlesen
- + eine weitere Option ist der BITV-Test – ein Verfahren zur umfassenden und zuverlässigen Prüfung der Barrierefreiheit von informationsorientierten Webangeboten. Der Test umfasst insgesamt 50 Prüfschritte mit ausführlichen Erläuterungen. Sie sagen, was genau geprüft wird, warum das wichtig ist und wie in der Prüfung vorzugehen ist. Das Verfahren ist im Detail offengelegt und die Bewertung erfolgt nach einem Punktesystem. Ausführliche Informationen finden Sie unter www.bitv-test.de



HILFREICHE TIPPS ZUR GESTALTUNG EINER BARRIEREFREIEN BROSCHÜRE

- + in ausreichend großer Schrift
- + schnörkellose Schriftarten (Arial, Verdana)
- + kontrastreiche Schriftfarben und Hintergründe (Schwarz-Weiß oder Blau-Weiß)
- + keine Unterstreichungen oder kursive Schriften
- + einfache, international verständliche Piktogramme

8 MIT "REISEN FÜR ALLE" ÜBERZEUGEN

WOVON GÄSTE PROFITIEREN, WENN SIE MIT SYSTEM INFORMIEREN

Haben Gäste mit Einschränkungen ihr Urlaubsziel ausgewählt, informieren sie sich vor der Reise über barrierefreie Angebote. Um ihnen einen umfassenden Überblick zu bieten, können Sie das Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ für sich nutzen. Mit seiner Hilfe können Sie Ihr barrierefreies Angebot einfach, deutlich und transparent kommunizieren. Gäste wissen dadurch frühzeitig, ob Angebote für sie zugänglich sind und ob sie diese

nutzen können – zum Beispiel Hotels oder Pensionen, Freizeitangebote oder Verkehrsmittel. Gleichzeitig erzeugen Sie bei Ihren Gästen damit ein Gefühl der Sicherheit und erleichtern ihnen ihre Reiseentscheidung. Auch bei spontanen Entscheidungen vor Ort gibt die Kennzeichnung den Gästen Orientierung – zum Beispiel bei Cafés und Restaurants oder Kultureinrichtungen. Der DEHOGA Bayern unterstützt als Partner das Projekt.

DAS BUNDESWEITE PROJEKT „REISEN FÜR ALLE“

Das Kennzeichnungssystem soll durch geprüfte Qualität und einheitliche Darstellung verlässliche und detaillierte Informationen zur Nutz- und Erlebbarkeit touristischer Infrastruktur, Angebote und Dienstleistungen bereithalten – mit dem Ziel, Gästen eine zuverlässige Grundlage für ihre Reiseentscheidungen zu bieten.

Das Projekt „Reisen für Alle“ wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert. Operative Projektträger sind das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. und der Verein Tourismus für Alle Deutschland e. V. – NatKo. Betriebe entlang der gesamten touristischen Servicekette können ihre Angebote deutschlandweit einheitlich erfassen, bewerten und zertifizieren lassen. Inbegriffen sind Kriterienkataloge für Menschen mit Gehbehinderung, Rollstuhlfahrer, Hörbehinderung, gehörlose Menschen, Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen, Blinde und Menschen mit Sehbehinderungen. Die Kriterien dazu entstanden in mehrjähriger Zusammenarbeit mit Betroffenenverbänden sowie touristischen Akteuren.

Alle Erhebungen werden von speziell geschulten Erhebern durchgeführt – eine Selbstauskunft der Betriebe ist nicht möglich. Teilnehmende Partner sind dazu verpflichtet an einer Onlineschulung (kostenfrei) oder einer Präsenzschulung zum Thema „Reisen für Alle“ teilzunehmen und erhalten aussagekräftige Prüfberichte, die der Information von Gästen und Mitarbeitern dienen. Diese werden z. B. auf der Projektseite „Reisen für Alle“ sowie der Seite der by.TM www.bayern.by dargestellt.

Die Kennzeichnung hat eine Gültigkeit von drei Jahren. Jeder teilnehmende Betrieb/Anbieter erhält mindestens die Auszeichnung „Information zur Barrierefreiheit“ und kann seinen Gästen verlässliche und geprüfte Informationen zur Zugänglichkeit und Nutzbarkeit zur Verfügung stellen. Somit hat jeder Gast die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, ob das Angebot für ihn nutzbar oder eher ungeeignet ist.

Sollten zudem die Qualitätskriterien für eine oder mehrere Personengruppen erfüllt werden, erhält der Betrieb/Anbieter das Zeichen „Barrierefreiheit geprüft“ und die entsprechenden Piktogramme.



Das Kennzeichen „Information zur Barrierefreiheit“ signalisiert, dass detaillierte und geprüfte Informationen zur Barrierefreiheit für alle Personengruppen vorliegen.



Das Kennzeichen „Barrierefreiheit geprüft“ bedeutet, dass Sie die barrierefreien Qualitätskriterien für bestimmte Personengruppen teilweise oder sogar vollständig erfüllen. Es wird um die Piktogramme der jeweiligen Personengruppen ergänzt.



Links: Sie erfüllen die Qualitätskriterien für eine Personengruppe vollständig; rechts: Das in der Zielgruppe bereits gelernte „i“ im Piktogramm signalisiert, dass Sie die Qualitätskriterien teilweise erfüllen und Gäste nochmals genauer nachlesen sollten, ob das Angebot ihren Ansprüchen genügt.



So könnte eine Kennzeichnung für ganz oder teilweise barrierefreie Angebote in einer Broschüre oder in einem Hotel aussehen.



VORTEILE EINER KENNZEICHNUNG FÜR TOURISTISCHE LEISTUNGSTRÄGER

- + ökonomisches Potenzial (siehe dazu auch Kapitel 1 „Chancen ergreifen“)
- + einheitliches Kennzeichnungssystem, welches Gästen eine einheitliche Informationsqualität und -tiefe bietet
- + Darstellung des Angebots auf der Projekt-homepage www.reisen-fuer-alle.de und unter www.bayern.by
- + speziell geschulte Erheber erfassen den IST-Zustand des Angebots (eine Selbstauskunft ist nicht möglich)
- + verlässliche Information für Mitarbeitende sowie für Gäste als Grundlage für die Reiseentscheidung
- + detaillierte Informationen über die Zugänglichkeit des Angebots für alle Gästegruppen – ggfs. auch als Impuls für Weiterentwicklungen im Bereich der Barrierefreiheit
- + eine vollständige Barrierefreiheit ist nicht Voraussetzung – jedes erhobene Angebot erhält mindestens die Kennzeichnung „Information zur Barrierefreiheit“ und erhält Prüfberichte für alle Gästegruppen
- + optional können Themen wie Allergien und Lebensmittelunverträglichkeiten erfasst werden
- + die 90-minütige Online-Schulung „Reisen für Alle“ ermöglicht die Sensibilisierung von Mitarbeitenden



”

Nur wer weiß, ob ein ausgewähltes Urlaubsziel auch wirklich auf die eigenen Bedürfnisse ausgerichtet ist, kann stressfrei reisen. Das Qualitätssiegel „Reisen für Alle“ schafft hier Transparenz. Davon profitieren sowohl die Reisenden, als auch die Tourismusbranche.

“

**DR. MARTIN
SPANTIG**

Geschäftsführer
BAYERN TOURISMUS
Marketing GmbH



WIE SIE MITMACHEN KÖNNEN UND WAS SIE SONST NOCH WISSEN SOLLTEN



WER KANN MITMACHEN?

Das Kennzeichnungssystem richtet sich an die gesamte touristische Servicekette. Das heißt: Jeder Betrieb bzw. jeder Ort kann teilnehmen.

WELCHE KOSTEN KOMMEN AUF SIE ZU?

Die Kosten setzen sich aus Erhebungs- und Zertifizierungskosten zusammen und hängen von der Größe des zu erhebenden Betriebs ab. Die aktuellen Preise finden Sie unter www.daby.bayern.by/barrierefrei

WIE LÄUFT DER ERHEBUNGS- BZW. KENNZEICHNUNGSPROZESS AB?

- + Zunächst füllen Sie den Prüfauftrag aus und senden diesen an die by.TM.
- + Im nächsten Schritt kommt die bearbeitende Person mit Rückfragen auf Sie zu oder Sie erhalten direkt die Vereinbarung zur Unterzeichnung.
- + Nach Unterzeichnung dieser Vereinbarung und Anmeldung des gewünschten Teilnehmers für die Online-Schulung erhalten Sie Ihren Zugangslink.
- + Nach Absolvieren der Online-Schulung vereinbart ein speziell geschulter Erheber einen Prüftermin mit Ihnen.
- + Es erfolgt die Vor-Ort-Begehung durch den Erheber, der den IST-Zustand Ihres Angebots (inkl. Fotoaufnahmen) für alle Gästegruppen erfasst.
- + Anschließend werden die Daten an die zentrale Prüfstelle übergeben, die die Kennzeichnung vergibt und die Auswertungsberichte verfasst.
- + Sie erhalten Ihre Urkunde sowie die Auswertungsberichte, die die Zugänglichkeit und barrierefreie Nutzbarkeit Ihres Angebots im Detail beschreiben.
- + Nach Zulieferung von Bild- und Textmaterial Ihrerseits wird Ihr Angebot mit den Auswertungsberichten auf der Projekt-homepage www.reisen-fuer-alle.de sowie auf der Seite www.bayern.by dargestellt.

WAS IST IN DEN ZERTIFIZIERUNGS-KOSTEN ENTHALTEN?

- + Ausstellung eines deutschlandweit gültigen Kennzeichens und einer Urkunde
- + Logos und Piktogramme in verschiedenen digitalen Formaten und als Aufkleber
- + Nutzungsmöglichkeit des (Online-) Web Based Training für alle Mitarbeitenden
- + Auswertungsbericht für den Betrieb/Ort
- + Berichte mit den wesentlichen Daten für die Kommunikation des Betriebes/Ortes mit seinen Gästen/Kunden
- + Darstellung des Betriebs z. B. auf den Seiten www.reisen-fuer-alle.de und www.bayern.by
- + regelmäßige Informationen zum Thema Barrierefreier Tourismus (Newsletter)
- + optional Lieferung von Plaketten (kostenpflichtig)

UNSERE EMPFEHLUNG AN SIE:

Nutzen Sie die Zeit bis zum Erhebungstermin und gehen Sie mit der Liste der Qualitätskriterien (www.reisen-fuer-alle.de/qualitaetskriterien_347.html) durch Ihren Betrieb. Prüfen Sie, ob mit kleinen Veränderungen weitere Barrieren abgeschafft werden können.

Detaillierte Informationen zum Kennzeichnungssystem finden Sie unter: www.reisen-fuer-alle.de

ONLINE-SCHULUNG:

Eine Voraussetzung der Zertifizierung nach „Reisen für Alle“ ist, dass mindestens ein Mitarbeitender des Betriebs/Anbieters die Online-Schulung „Reisen für Alle“ absolviert. Sie kann orts- und zeitunabhängig am PC absolviert werden. Der Zeitaufwand für die Schulung beträgt etwa zwei bis drei Stunden. Jeder registrierte Teilnehmer erhält anschließend ein Zertifikat über die erfolgreiche Absolvierung dieser Sensibilisierungsmaßnahme. Die Online-Schulung kann zudem von den Betrieben als kostenlose Weiterbildungsmaßnahme für die Mitarbeitenden genutzt werden.

BILDQUELLEN

fotolia.com

S. 12 Schulung/kasto, S. 21 Vielfältig/Dmitrijs Dmitrijevs, S. 22 Kommunikativ/Robert Kneschke, S. 24 Einfach/Saira McLeod

istockphoto.com

Titel Rollstuhl/demaerre, S. 8 Ältere Gäste/shapecharge, S. 9 Rollatornutzer/FamVeld, S. 9 Rollstuhlfahrer/nullplus, S. 9 Sehbehindert/wbritten, S. 9 Hörbehindert/hoozone, S. 13 Nachschauen/BraunS, S. 19 Rampenbild/eskemar, S. 21 Persönlich/monkeybusinessimages, S. 21 Nachhaltig/shironosov, S. 21 Vorausschauend/fizkes, S. 22 Beweglich/tulcarion, S. 22 Schick/chinaface, S. 24 Integrativ/ersinkisacik, S. 25 Entspannend/Vesnaandjic, S. 27 Tasten/Doctor_bass, S. 27 Angebote/shapecharge

Neumann Consult

S. 13 Servicekette, S. 22 Praktisch, S. 22 Geschmackvoll, S. 25 Zugewandt, S. 25 Deutlich, S. 25 Griffig, S. 25 Aufmerksam

weitere

S. 14 Interview/Rumpf Stephan picture alliance SZ Foto, S. 22 Einladend/Ziegler Metallbearbeitung AG www.ziegler-metall.de

IMPRESSUM

Tourismus für Alle,

Nachhaltige Wertschöpfung durch neue Zielgruppen
– Ein Praktikerleitfaden für
die bayerische Tourismusindustrie
1. Ausgabe | 2016

Herausgeber:

BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH
Arabellastr. 17 | 81925 München
www.bayern.by

Geschäftsführung:

Dr. Martin Spantig, Jens Huwald

Verantwortlich für den Inhalt:

Neumann Consult
Alter Steinweg 22-24 | 48143 Münster
www.neumann-consult.com

Gestaltung:

Spektrum 44 GmbH | www.spektrum44.de

AKTUELLE INFORMATIONEN

Aktuelle Informationen zum Thema Tourismus für Alle in Bayern, aktuelle Schulungsangebote sowie Ihre Teilnahmemöglichkeiten am Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ finden Sie im Extranet der by.TM unter:

www.daby.bayern.by/barrierefrei

IHRE ANSPRECHPARTNER



Svenja Rendić
Tel. 089 212397-33
rendic@bayern.info



Daniela Hitzler
Tel. 089 212397-96
hitzler@bayern.info

