

**Stellungnahme der NatKo
zur öffentlichen Anhörung des
Ausschusses des Bundestages für Tourismus
zum Thema „Barrierefreies Reisen“**

Inhaltsverzeichnis

1 Zusammenfassung und Aufgaben der Politik	1
2 Chancen und Herausforderungen	2
2.1 FOKUS AUF ALLE ZIELGRUPPEN AUSWEITEN UND BEDÜRFNISSE ERMITTELN	3
2.2 VOM SPEZIALANGEBOT ZUM DESIGN FÜR ALLE	4
2.3 QUALITÄTSSICHERUNG BEI PLANUNG UND UMSETZUNG	4
2.4 KOOPERATION UND KOORDINATION	6
2.5 LEITBILD IN DER ÖFFENTLICHKEIT	6

1 Zusammenfassung und Aufgaben der Politik

Die NatKo wurde 1999 von acht Bundesbehindertenverbänden als gemeinnütziger Verein gegründet, um die Reise- und Urlaubsmöglichkeiten für mobilitätseingeschränkte Menschen zu verbessern. Sie versteht sich daher gleichsam als Schnittstelle zwischen der Tourismuswirtschaft und Reisenden mit Zugänglichkeitsanforderungen und als Beratungsstelle für behinderte Reisende. Das Ziel der NatKo lautet: Barrierefreier Tourismus für Alle! Angesichts der demografischen Entwicklung bewegt sich die NatKo nicht in einer Nische des Tourismussektors, sondern in einem stetig wachsenden Bereich. Denn der Abbau von Barrieren im Tourismus kommt beispielsweise auch der Zielgruppe der älteren Menschen zu Gute und ist mit einem Komfort für Alle gleichzusetzen.

Die NatKo begrüßt es ausdrücklich, dass das Thema "Barrierefreies Reisen" bei der öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus aufgegriffen wurde.

Wir hoffen, dass Wahrnehmung und Diskussionen sowohl die Integration der Menschen mit Behinderung in den allgemeinen Tourismus, als auch die Erschließung des wirtschaftlichen Potenzials eines barrierefreien Tourismus einen Schritt nach vorne bringen werden.

Wir setzen auf eine gemeinsame Diskussion der Anforderungen, denen sich der Tourismus in Sachen Barrierefreiheit in den nächsten Jahren stellen muss. Im Ergebnis gehen wir davon aus, dass die Politik, die Tourismuswirtschaft und die NatKo gemeinsam die Gestaltung einer barrierefreien und somit komfortablen Tourismuslandschaft in die Hand nehmen werden.

Wir brauchen eine zukunftsweisende Strategie, die die Anforderungen des demografischen Wandels, die gleichberechtigte Teilhabe der Menschen mit Behinderung, den Mehrwert von Barrierefreiheit für alle Zielgruppe und den Ansatz eines Designs für Alle aufgreift und Handlungsaufträge für die nächsten Jahre und Jahr-

zehnte formuliert.

Vordringliche Maßnahmen:

- Einrichtung eines bundesweiten Kompetenzzentrums für barrierefreien Tourismus zur Weitergabe von Informationen und fachkompetenter Beratung ist unabdingbar, um die Qualität in der Planung und Umsetzung von barrierefreien Angeboten und Produkten zu sichern.
- Es muss gewährleistet werden, dass Betroffene in der Planung und Umsetzung einbezogen werden..
- Das Thema Barrierefreiheit muss an Fach- und Hochschulen in den unterschiedlichsten Studiengängen (Architektur/ Tourismus / Design) fester Bestandteil des Lehrplans sein.
- Touristiker aus allen Bereichen müssen fortgesetzt sensibilisiert und geschult werden. Hierbei müssen neben der baulichen Barrierefreiheit auch die Servicequalität für mobilitätseingeschränkte Gäste sowie Marketingfragen auf dem Lehrplan stehen.
- Es müssen Standards für alle Zielgruppen entwickelt werden. Die DIN 18024 und 18025 definieren lediglich die Anforderungen für Rollstuhlfahrer. Darüber hinaus werden derzeit die Sinnesbehinderungen oder Einschränkungen der kognitiven Fähigkeiten bei der Entwicklung von Standards und einer DIN nicht berücksichtigt.

2 Chancen und Herausforderungen

Der Markt des barrierefreien Reisens wird in Deutschland in der Öffentlichkeit und durch die Tourismuswirtschaft durchaus wahrgenommen. Dies ist unter anderem der Arbeit von Politik, engagierten Einzelpersonen, innovativen Tourismusverbänden und Organisationen, wie der NatKo zu verdanken.

Dennoch gelingt es der Tourismuswirtschaft bisher nicht, diesen Markt optimal zu bedienen und in Anzahl und Qualität adäquate Angebote und Produkte zur Verfügung zu stellen.

Um diesem Missstand entgegenzuwirken sind die folgenden Maßnahmen von Bedeutung:

2.1 Fokus auf alle Zielgruppen ausweiten und Bedürfnisse ermitteln

Die Durchführung einer umfassenden Untersuchung über die Bedürfnisstrukturen und Reisemotive der unterschiedlichen Zielgruppen empfiehlt sich als Grundlage einer professionellen Marktgestaltung. Die Einteilung könnte beispielsweise wie folgt aussehen:

- Gäste im Rollstuhl
- Gehbehinderte Gäste
- Sehbehinderte Gäste
- Blinde Gäste
- Gäste mit Lernschwierigkeiten
- Gäste mit Hörbehinderung
- Gehörlose Gäste
- Senioren
- Familien

Eine Untersuchung gemäß dieser kleinteiligen Einteilung kann im Ergebnis dazu genutzt werden, Schnittmengen und Übereinstimmungen bezüglich der Bedürfnisse und Wünsche festzulegen. Für Tourismusfachleute wird so zu erkennen sein, dass die Investition in eine Zielgruppe mit der Erschließung einer weiteren einhergeht. Barrierefreiheit darf und soll sich nicht nur auf Rollstuhlfahrer und gehbehinderte Menschen beziehen – der gesellschaftspolitischen Aufgabe und vor allem den Chancen einer ertragreichen Ausschöpfung des Marktes im barrierefreien Tourismus wird durch eine Beachtung aller oben genannten Zielgruppen Rechnung getragen.

2.2 Vom Spezialangebot zum Design für Alle

Die oben aufgeführte Einteilung der Zielgruppen macht deutlich, dass die Analyse eine Vielzahl an individuellen Bedürfnissen und unterschiedliche Zielgruppenprofile ergeben wird. Die Kreation von Spezialangeboten für jede einzelne Gästegruppe und entsprechend eines jeden Bedürfnisses wäre mit einem hohen Kostenaufwand verbunden und führt im Ergebnis dazu, dass die Nutzung sich auf einzelne und zu kleine Zielgruppen beschränkt.

An dieser Stelle müssen Designer und Architekten umdenken und Angebote und Produkte entwickeln, die von möglichst vielen Zielgruppen in einer allgemein üblichen Weise und ohne zusätzliche Hilfsmittel oder Assistenzleistungen genutzt werden können.

Investoren, Vertriebs- und Marketingfachleute müssen bei der Beschreibung und Vermarktung Ihrer Angebote darauf achten, Informationen zu integrieren, die zum einen für einige Zielgruppen für die Planung von Urlaubs- und Freizeitaktivitäten unerlässlich sind und zum anderen müssen diese Informationen so gestaltet werden, dass unterschiedliche Zielgruppen sich angesprochen fühlen und Interesse entwickeln. Am Beispiel der Senioren wird deutlich, wie schwierig es ist die richtigen Marketingstrategien und Produktbeschreibungen zu entwickeln. Die oben genannte Untersuchung der Bedürfnisstrukturen und Reisemotive kann hier Abhilfe schaffen.

2.3 Qualitätssicherung bei Planung und Umsetzung

Die NatKo hat in den letzten Jahren festgestellt, dass zahlreiche Anbieter, Regionen, private Investoren oder öffentlich geförderte Projekte das Thema Barrierefreiheit in die Gestaltung von Angeboten und Produkten einbeziehen. Es zeigt sich, dass dank der Anstrengungen aller beteiligten das Thema allmählich die Öffentlichkeit und auch die Tourismuswirtschaft erreicht. Dies begrüßen wir selbstverständlich. Dennoch sind hier die folgenden Defizite zu festzuhalten. Wenn es

bei der Planung von barrierefreien Produkten und Angeboten noch nicht zu Denkfehlern oder Fehlplanungen kam, so war dies oft spätestens bei der Umsetzung der Fall. Die speziellen Angebote konnten von den jeweiligen Zielgruppen aufgrund einer fehlerhaften Montage, der Bestellung eines falschen Produktes oder falschen Standards als Grundlage der Planung gar nicht genutzt werden. Fehlinvestitionen von Kapital und Zeit und Angebote, die brach liegen sowie die Unzufriedenheit der Kunden und der Frust des Investors sind die Folge.

Somit ist es von großer Bedeutung, die Qualität von barrierefreien Produkten einer Kontrolle zu unterziehen und Standards zu entwickeln, die bei Planung und praktischen Umsetzung hilfreich sein können. Bei Neubauten und Umbauten im öffentlichen Bereich (Beispiel: Bahnhöfe und Museen) und im privattouristischen Bereich muss eine fehlerfreie Umsetzung gewährleistet werden. Um diese Qualitätssicherung zu erreichen sind die folgenden Maßnahmen von Bedeutung:

- Ein bundesweites Kompetenzzentrum für Barrierefreiheit zur Weitergabe von Informationen und fachkompetenter Beratung ist unabdingbar, um die Qualität in der Planung und Umsetzung von barrierefreien Angeboten und Produkten zu sichern. Hierbei müssen Experten aus allen Bereichen (Betroffene, Architekten, Designer, Handwerker, Marketingfachleute) zur Beratung zur Verfügung stehen.
- Es muss gewährleistet werden, dass Betroffene in der Planung und Umsetzung einbezogen werden. Experten in eigener Sache können gewährleisten, dass die Umsetzung eine praktische Ausrichtung und Nutzbarkeit erfährt.
- Das Thema Barrierefreiheit muss an Fach- und Hochschulen in den unterschiedlichsten Studiengängen (Architektur/ Tourismus / Design) fester Bestandteil des Lehrplans sein. Die Gestalter und Investoren von Morgen müssen einen geschulten Blick und eine sensibilisierte Aufmerksamkeit für Barrierefreiheit entwickeln.
- Touristiker aus allen Bereichen müssen fortgesetzt sensibilisiert und geschult werden. Hierbei müssen neben der baulichen Barrierefreiheit auch die Servicequalität für mobilitätseingeschränkte Gäste sowie Marketingfragen auf dem Lehrplan stehen.
- Auf lange Sicht müssen Standards für alle Zielgruppen entwickelt werden. Die bekannten DIN 18024 und 18025 definieren lediglich die Anforderungen für Rollstuhlfahrer. Auch der Versuch mit einer neuen DIN 18030 die 18024 und

18025 zusammenfassen ist leider gescheitert. Darüber hinaus werden derzeit die Sinnesbehinderungen oder Einschränkungen der kognitiven Fähigkeiten bei der Entwicklung von Standards und einer DIN nicht berücksichtigt.

- Bei der Entwicklung von Standards und Qualitätssiegeln sollte vermieden werden, weitere unzählige Labels und Siegel zu entwickeln. Die Individualität von Behinderungen und Zielgruppenprofilen erschwert es, eine Einheitlichkeit herzustellen. Sachlich zusammengefasste Kriterien erhöhen die Umsetzbarkeit.

2.4 Kooperation und Koordination

Um die Informationen, die Fachkompetenz, die Standards sowie die öffentliche Wahrnehmung des barrierefreien Tourismus bundesweit zu verbreiten und die entsprechende Aufmerksamkeit zu erzielen, müssen die Kooperationen und Koordinationen von Behinderten- und Tourismusverbänden sowie Vertretern der Tourismuswirtschaft weiter ausgebaut und gefördert werden. Im Ergebnis wird einem Streuverlust an Informationen und ein Qualitätsverlust bezüglich der Beratung entgegengewirkt. Die dauerhafte finanzielle Absicherung der Aktivitäten der NatKo mit öffentlichen Mitteln ist in diesem Kontext von großer Bedeutung und ist hierbei nicht mit einer Fürsorge für einen Nischenbereich des Tourismus, sondern mit einer Investition in den Tourismusstandort Deutschland gleichzusetzen.

2.5 Leitbild in der Öffentlichkeit

Die folgende Aussage zur Barrierefreiheit: „Barrierefreiheit ist...

- * Für 10 % der Bevölkerung zwingend erforderlich
- * Für über 30 % hilfreich
- * Für 100 % komfortabel.“

...muss in der Öffentlichkeit, der Politik und der Tourismuswirtschaft ankommen und verinnerlicht werden. Barrierefreiheit darf nicht länger als Rand- oder Nischenthema betrachtet werden. Vielmehr muss die Barrierefreiheit im Sinne eines Designs für Alle Querschnittsthema werden und der Begriff positiv besetzt und

mit Leitmotiven verbunden werden, wie: „Wir sind für alle da. Keiner wird ausgeschlossen. Die Vielfalt der Gesellschaft ist uns bewusst und wir stehen dafür ein, dass keiner unbeachtet bleibt. Barrierefreiheit bedeutet Komfort für Alle. Barrierefreiheit ist eine Investition in die Zukunft.“