

HEINZ HORNBERGER



Als Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Schwarzwald-Tourismus GmbH und zukünftiger Vorsitzender des Aufsichtsrates der Schwarzwald Tourismus GmbH erlauben Sie mir vorab ein paar Ausführungen zu unserer Tourismusorganisation, der ich vorstehe.

Mit etwa 27 Mio. Übernachtungen insgesamt wovon etwa 18,6 Mio. in gewerblich konzessionierten Betrieben stattfinden, erwirtschaftet die Tourismusbranche im Schwarzwald mit dem Bereich der Naherholung einen Bruttoumsatz von jährlich 5,8 Mrd. Euro. Damit gehört der Schwarzwald zu den bedeutendsten Tourismusregionen und sicherlich auch zu den bekanntesten in der Bundesrepublik Deutschland.

Die Bedeutung des Tourismus wird ja hier in Baiersbronn besonders deutlich, hier werden 47% etwa Hälfte der Übernachtungen des Landes Baden-Württemberg hier getätigt werden. So lässt sich einschätzen, dass der Tourismus gerade in der ländlich geprägten Struktur des Schwarzwalds nicht an Bedeutung abnimmt, sondern im Gegenteil, er wird immer wichtiger.

Dies besonders vor dem Hintergrund, dass nach den neusten Regionalstudien im Schwarzwald der dramatischen Bevölkerungsabnahme und der damit zurückgehenden Infrastruktur, der Tourismus das einzige Gegenmittel ist, um auf den Bergen und in den Tälern Apotheken, Einzelhandel und Gastgewerbe weiterhin erfolgreich betreiben zu können. Die jüngsten Zahlen im Schwarzwald stimmen zuversichtlich, sie erlangen einen Zuwachs von 2,2 % bei den Übernachtungen und 4 % bei den Ankünften. In den ersten 7 Monaten des Jahres geht der Trend in die richtige Richtung. Glücklicherweise scheint auch die Talfahrt bei den Übernachtungen im Segment Kliniken gestoppt zu sein, denn auch hier ist ein deutlich positiver Trend bei den Übernachtungen in diesem Jahr erstmals seit langem wieder festzustellen.

In aller Bescheidenheit sage ich, dass ein wenig zu dieser Entwicklung auch die Arbeit der Schwarzwald Tourismus GmbH beitragen konnte. Die Zusammenführung der drei Gebietsgemeinschaften hat einen deutlichen Schub für die gemeinsame Dachmarke Schwarzwald erwirkt. Die Presseaufmerksamkeit im In- und Ausland hat erheblich zugenommen. Besonders im Ausland konnten wir enorm punkten und zweistellige Zuwachszahlen erreichen. Erstmals konnte eine breite, strategische Partnerschaft mit dem Schwarzwaldverein und den Naturparks aufgebaut werden und zusammen mit diesen Partnern haben wir unser Profil in Baiersbronn geschärft, die da sind:

Wandern, hier befinden wir uns im Wanderhimmel aber besonders mit unserer Qualitätsoffensive und der Qualifizierung des Westwegs als Wanderweg haben wir auch für den Gesamtschwarzwald gepunktet. Genauso aber auch mit dem Thema Mountainbike und Rad, denken Sie hier nur an die Eröffnung des Mountainbike – Crossings im Frühjahr. Nun gehen wir mit unserem Weintourismusprojekt an das Thema Essen und Trinken und anschließend an das Thema Wellness.

Natürlich wünschte sich unsere Gesellschaft mehr Geld, etwa Mittel wie sie Tirol oder Südtirol, als wichtige Marken zur Verfügung stehen. Unser kleines Team mit 22 Mitarbeitern und einem sehr kreativen Aufsichtsrat und Marketingausschuss versucht jedoch mit guten Ideen das wett zu machen, was an Geld fehlt. Denken Sie dabei bitte nur an das Thema SchwarzwaldCard oder KONUS, die kostenlose Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs für Schwarzwaldurlauber, an dem zwischenzeitlich auch im Norden des Schwarzwaldes etwa 100 Gemeinden teilnehmen. So ist auch das Thema Barrierefreiheit bei uns ausführlich besprochen worden.

Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat die Bedeutung dieses Themas für die Zukunft erkannt. Es ist ein Querschnittsthema, welches sich durch unsere Gesellschaft und durch die gesamten touristischen Themen zieht.

Hier kann ich nahtlos an meinen Vortrag dieser Veranstaltungsreihe von vor einem Jahr anknüpfen, wo es um die Zukunftstrends im Tourismus ging. Ich hatte auf das Technikfolgeabschätzungsprojekt und die Bedeutung des Tourismus im Schwarzwald hingewiesen welches am 26.01.2006 veröffentlicht wurde. In der Studie geht es um die Bevölkerungsentwicklung Deutschlands bis zum Jahre 2050.

Kurz zusammengefasst, die Deutschen werden immer weniger, im Jahr 2050 etwa wird es etwa 10 Mio. Deutsche weniger geben. Im gleichen Zuge steigt der Anteil der über 60-jährigen von 1/4 heute bis dann auf 1/3 der Bevölkerung. In diesem Zusammenhang werden 35% der Bevölkerung älter als 60 Jahre sein. Natürlich steigt dadurch auch der Anteil der altersbedingten Barrieren und Einschränkungen der Touristen im Schwarzwald. Da momentan 80% der Übernachtungen auf deutsche Urlauber im Schwarzwald zurückzuführen sind und dieser Anteil wohl in Zukunft schrumpfen wird. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Deutschen die Mehrheit der Urlauber im Schwarzwald beibehalten werden, alleine deswegen muss sich der Schwarzwald mit dem Thema Barrierefreiheit auseinandersetzen.

Klar ist, dass für etwa 10% der Bevölkerung Barrierefreiheit zwar zwingend erforderlich ist, etwa 30 – 40% notwendig, jedoch eigentlich für alle sehr komfortabel ist. Dies ist keine Frage von Luxusausstattung, sondern von Marktfähigkeit auch für die Zukunft des Schwarzwaldes. Neben den Menschen mit Behinderungen geht es also um ältere Menschen aber auch Eltern mit Kinderwagen oder um Reisende mit schwerem Gepäck und Familien mit kleinen Kindern. Beim barrierefreien Tourismus geht es also darum vorhandene Barrieren schlicht zu beseitigen bzw. dort wo nötig Dinge hinzu zu fügen, damit Barrieren überwunden werden können. Im Tourismus speziell besteht die Herausforderung im Bereich der Hotellerie und Gastronomie aber auch im Bereich der Sehenswürdigkeiten, Freizeitattraktionen und auch der Ausgestaltung unserer Infrastruktur speziell auch unserer Profithemen, Stichwort barrierefreie Wander- und Radwege und barrierefreie Wellnessseinrichtungen. Hierbei müssen wir im Schwarzwald die gesamte touristische Servicekette auf Barrierefreiheit hin untersuchen und nach und nach umstellen.

Exemplarisch möchte ich Ihnen die Reise eines 70-jährigen gehbehinderten Menschen vorstellen, der gerne in den Schwarzwald reisen möchte:

Dieser Gast sieht schlecht und hört nicht mehr ganz gut und leidet unter einem Hüftleiden. Geistig fit wie die älteren Leute heute sind, informiert er sich zunächst einmal im Internet über die Angebote im Schwarzwald. Dort stößt er auf ein barrierefreies Informationsportal, mit sehr großen Buchstaben und weil er Dinge nicht mehr lange am Bildschirm lesen kann auf Audiotexte, die er sich runterladen kann. Er lässt sich daraufhin ein Prospekt zuschicken, mit sehr großen Bildern und die Texte in großen Lettern, gut lesbar sortiert und geordnet. Er wählt sich eine Unterkunft aus, die nach den entsprechenden Piktogrammen der DIN-Vorschriften, das Symbol für Gehbehinderte trägt und zur Sicherheit auch für Sehbehinderte geeignet ist. Er reist dann mit der Bahn an und steigt im Schwarzwald in einen Niederflerbus ein, welches ihm keine Probleme beim Einstieg bereitet. Von der Bushaltestelle wird er im hoteleigenen Bus direkt mit seinem Rollstuhl aufgenommen, zu seinem Hotel gebracht und wo er ebenerdig durch breite Türen in sein Hotelzimmer gelangen kann. Nicht nur sein Zimmer, auch das Restaurant verfügt über großlettrige Speisekarten. Er ist sehr freut, dass er eine Lesebrille erhält, wo er doch seine eigene Zuhause vergessen hat.

Am nächsten Tag befährt er mit seinem Rollator die barrierefreien Wanderwege mit dem barrierefreien Aussichtsturm. Natürlich kommt dann noch das Angebot des Einkaufens, der Unterhaltung und der Kultur, der Orientierung im Ort und schlussendlich die Ab- und Rückreise nach Hause dazu.

Der barrierefreie Tourismus ist ein ganzheitliches Erlebnis, der mit einer langen Servicekette zusammenhängt. Hier liegt die Herausforderung. Barrierefreier Tourismus ist das bohren dicker

Bretter, aber es lohnt sich. In der Neumann – Lorenz Studie des Naturparks Südschwarzwald wurde errechnet, dass für den gesamten Schwarzwald 2,3 Mio. zusätzliche Übernachtungen mit einem zusätzlichen Nettoumsatz von 123 Mio. Euro und einem Arbeitsplatzeffekt von 3.270 zusätzlichen Arbeitsplätzen entstehen kann. Dabei ist uns bewusst, dass Barrierefreiheit nicht von heute auf morgen geschaffen werden kann. Dies ist ein Prozess der damit anfängt, Bewusstsein bei den politischen Entscheidungsträgern, den Touristikern und den Akteuren vor Ort und den Leistungsträgern für dieses Thema zu erzielen. Daher bin ich auch dankbar, dass Frau Gadistanac dieses Thema heute hier auf die Tagesordnung gesetzt hat. Dies ist ein Zukunftsthema und wird uns auch weiterhin beschäftigen.

Vielen Dank Für Ihre Aufmerksamkeit.