

DEUTSCHER BUNDESTAG  
Ausschuss für Tourismus  
- Sekretariat -

11011 Berlin, 02.02.2012  
Platz der Republik  
Fernruf (030) 227 35887  
Fax (030) 227 36383

**Ausschuss für Tourismus**  
**Ausschussdrucksache**

17(20)34 f

**Stellungnahme des Sachverständigen**  
**zu der öffentlichen Anhörung**  
**des Ausschusses für Tourismus**  
**am 08. Februar 2012**  
**von 15.00 Uhr bis 17.00 Uhr in Berlin,**  
**Paul-Löbe-Haus, Saal E 200**  
**„Barrierefreier Tourismus“**

**Rolf Schrader**  
Geschäftsführer des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT)

## **Stellungnahme für die öffentliche Anhörung zum Thema „Barrierefreier Tourismus“ des Bundestags-Ausschuss für Tourismus am 8.2.2012**

Es wurde eine Stellungnahme erwünscht, die vor dem Hintergrund unserer eigenen Erfahrungen mit der Thematik „Barrierefreier Tourismus“ Problemfelder, Herausforderungen, Chancen und Perspektiven darstellt und mögliche Anregungen und Vorschläge aufführt.

### **Erfahrungen**

Das DSFT bietet seit mehr als 20 Jahren Seminare zum Thema Barrierefreier Tourismus an und hat in den letzten zwei Jahren gemeinsam mit der Natko ein Projekt zur Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland entwickelt. Für dieses Projekt wurden ein Letter of Intent verfasst, der von allen touristischen Branchenverbänden (Träger des DSFT), den Mitgliedsverbänden der NatKo und den Landesmarketing-Organisationen der Bundesländer unterzeichnet wurde. Das Projekt wird vom BMWi aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert und ist eine Maßnahme des Nationalen Aktionsplans der Bundesregierung zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskommission.

Im Folgenden stellen wir kurz einige unserer Einschätzungen zu Problemfeldern und Herausforderungen im „Barrierefreien Tourismus“ in Form von Thesen dar:

#### These 1:

Über das Ziel, dass Barrierefreiheit zu einem Qualitätsmerkmal oder Markenzeichen für den Tourismus in Deutschland werden sollte, ist man sich aus unserer Sicht in der Politik einig.

#### These 2:

Die ökonomische Bedeutung des „Barrierefreien Tourismus“ insbesondere unter dem Aspekt des Demografischen Wandels, der weltweit in allen Industrieländern

in vergleichbarer Form stattfindet, ist trotz aller Diskussionen und Berichte noch nicht ausreichend in der Tourismusbranche zur Kenntnis genommen und in entsprechende Produkte und Dienstleistungen umgesetzt worden. Dabei waren nach den Daten der Reiseanalyse 2007 8,8 Mio. Menschen in Deutschland mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkt. Von diesen 8,8 Mio. Menschen unternahmen nur 61% eine Urlaubsreise, deutlich weniger als im Bundesdurchschnitt, der bei 75% lag.

These 3:

Neben der nicht ausreichenden Kenntnis über die wirtschaftlichen Potenziale des „Barrierefreien Tourismus“ ist die Tourismusbranche in vielerlei Hinsicht verunsichert im Umgang mit Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen. Es mangelt an einer breiten Sensibilisierung und Qualifizierung der Touristiker und Leistungsträger bezüglich der Anforderungen an Barrierefreiheit.

These 4:

Es gibt zahlreiche einzelbetriebliche, branchenspezifische und regionale Initiativen, die Erfolge und Fortschritte erzielten. Es fehlen aber nach wie vor Angebote und Produkte entlang der gesamten touristischen Reise- und Servicekette. Auch ist das Wissen über die speziellen Anforderungen und die Informationen über geeignete Produkte und Dienstleistungen nicht ausreichend vorhanden. Unklar ist auch, wer für eine durchgehende barrierefreie Servicekette verantwortlich ist. Bei organisierten Reisen ist dies i.e.L. der Reiseveranstalter, bei selbstorganisierten Reisen sind die Verantwortlichkeiten unterschiedlich bzw. nicht vorhanden.

These 5:

Es fehlt immer noch an Transparenz aufgrund fehlender einheitlicher Kriterien, Begrifflichkeiten und Kennzeichnungen. In dem o.g. Projekt werden aus diesem Grund einheitliche Kennzeichnungen, Begrifflichkeiten und Qualitätskriterien gemeinsam mit Menschen mit Behinderungen bzw. deren Interessenvertretungen entwickelt.

These 6:

Unter den im Rahmen der Reiseanalyse 2007 ermittelten insgesamt 8,8 Mio. Menschen mit einer Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkung finden sich besonders viele ältere Menschen (65+). Jeder Dritte in dieser Altersgruppe ist mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkt; dies waren im Jahr 2006 immerhin 4,7 Mio. Menschen (65+) in Deutschland. U.a. aufgrund fehlender barrierefreier Angebote ist die Reiseintensität mit 55% in dieser Gruppe deutlich niedriger. Es fehlt neben den Produkten und Dienstleistungen aber auch an einer entsprechenden Kommunikation, die dem hohen Sicherheitsbedürfnis der heterogenen Zielgruppe Rechnung trägt. Die Kommunikation steht allerdings vor einer Herausforderung, denn es ist nicht abschließend geklärt, ob eindeutige Kennzeichnungen für Senioren von Menschen mit Behinderung akzeptiert und umgedreht eindeutige Kennzeichnungen für Menschen mit Behinderungen von Senioren akzeptiert werden.

These 7:

Durch eine freiwillige Sensibilisierung und Qualifizierung der Tourismusdienstleister für die Belange der Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen sowie der transparenten Aufbereitung der für die Gäste relevanten Informationen kann einfach und schnell auch ohne große Investitionen viel erreicht werden. Die Vorteile und Mehrwerte für die Betriebe müssen offensichtlich sein und sie zu einer freiwilligen Teilnahme veranlassen. Der Einstieg für eine Beschäftigung mit dem Thema „Barrierefreier Tourismus“ darf für die Betriebe nicht zu hoch und damit abschreckend sein. Trotzdem wissen wir, dass eine Selbsteinschätzung durch die Betriebe nicht ausreichend ist. Aus diesem Grund setzen wir in dem o.g. Projekt auf eine Sensibilisierung der Mitarbeiter/Inhaber durch Schulungen und eine anschließende objektive Bewertung bzw. Überprüfung der barrierefreien Angebote. Zusätzlich müssen den Betrieben Vermarktungsmöglichkeiten angeboten werden.

These 8:

Das Internet und gerade auch das mobile Internet (z. B. Social Media) werden zukünftig noch intensiver auch von Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen genutzt werden. Alle Informationen zu touristischen Produkten und Dienstleistungen müssen sich an den Datenstandards orientieren, damit sie über diese Techniken kommunizierbar sind.

**Fazit:** Das Potenzial für die Tourismusbranche ist groß. Insbesondere die Gruppe der Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen zeigt eine deutlich reduzierte Reiseintensität. Diese Menschen möchten reisen; es fehlen allerdings ausreichend geeignete Angebote und Dienstleistungen bzw. deren Vermarktung. Durch eine Vereinheitlichung der Qualitätskriterien sowie der Kennzeichnungen, durch passgenaue Schulungen und Sensibilisierungen aller Teile der Reise- und Servicekette sowie begleitende Vermarktungsangebote können freiwillig und ohne große Investitionen zahlreiche barrierefreie Angebote entwickelt, erfasst, geprüft und dargestellt werden. Dadurch erhalten zahlreiche Betriebe und Organisationen den Einstieg in den Barrierefreien Tourismus und können eigenverantwortlich entscheiden, wie viel sie zukünftig durch weitere Maßnahmen von diesen wirtschaftlich interessanten Gruppen profitieren wollen. Alle Maßnahmen verbessern zudem den Komfort für alle Reisenden, wie z.B. Familien mit Kinderwagen usw.

Andere Instrumente und Maßnahmen, die hier nicht thematisiert wurden, wie die Zielvereinbarungen, Investitionsanreize, regionale oder branchenspezifische Initiativen, Integration in die Ausbildungspläne, Aktionspläne usw. unterstützen und stärken bzw. bestätigen das Engagement der Tourismusunternehmen und Organisationen.

DSFT, Rolf Schrader, 30.01.2012