

# Barrierefreier Tourismus an der Luxemburger Mosel

---

Eine Analyse und Bewertung ausgewählter  
Unterkünfte in der Region

**Bachelorarbeit**

im Studiengang

Angewandte Geographie Studienrichtung Freizeit- und Tourismusgeographie zur  
Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Science

**Vorgelegt von:**

Mareike Buchmann

mareike-buchmann@web.de

**Eingereicht bei:**

Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Dr. Christian Muschwitz

Bad Münster-Ebernburg, im August 2013

# 1 Einleitung

**„Barrierefreiheit ist...**

**...für 10 % der Bevölkerung zwingend erforderlich.**

**... für über 30 % hilfreich.**

**...für 100 % komfortabel.“ (NatKo 2013, o. S.)**

Dieses Zitat der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. soll verdeutlichen, dass Barrierefreiheit ein Thema ist, das jeden betrifft. Zu der Personengruppe, für die eine barrierefreie Umwelt zwingend erforderlich ist, gehören Menschen mit körperlichen Einschränkungen, sensorisch oder sinnesbehinderte sowie geistig und lernbehinderte Personen. Personen, für die Barrierefreiheit hilfreich ist, sind Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen. Dies können beispielsweise Personen mit vorübergehenden Unfallfolgen, ältere Menschen oder auch Reisende mit schwerem Gepäck sein. Schlussendlich erleichtert Barrierefreiheit den Zugang für die gesamte Bevölkerung und „□...□ steigert dadurch den Komfort, die Attraktivität und Qualität von touristischen Angeboten und Dienstleistungen.“ (NEUMANN 2005, S. 6 und vgl. NEUMANN 2005, S. 6).

In dieser Arbeit wird der Bestand barrierefreier Unterkunftsbetriebe in der Luxemburger Mosel Region untersucht.

Barrierefreier Tourismus ist ein wachsender Markt. Denn zum einen steigt die Anzahl der älteren Personen in der Gesellschaft und zum anderen nimmt die Nachfrage nach komfortablen und hochwertigen Urlaubsangeboten zu. Durch den demographischen Wandel wird die Zahl der Behinderungen und der Gebrechen im Alter zunehmen, aber das Bedürfnis auf Reisen zu gehen bleibt. Barrierefreie Reiseangebote werden somit in Zukunft nicht nur von Menschen mit einer Behinderung nachgefragt, sondern auch von älteren Menschen (vgl. HITSCH/PETERS/ WEIERMAIR 2007, S. 230). Ältere und von einer Behinderung betroffene Reisende stellen keine Nischenzielgruppe, sondern ein nicht zu verachtendes Kundenpotenzial, das stetig wächst, dar. (vgl. NEUMANN 2004, S. 9). Seit einigen Jahren werden Menschen mit Behinderung als touristische Zielgruppe wahrgenommen. Gerade in Deutschland erfährt diese Thematik zunehmende Bedeutung und dennoch gibt es noch viel auf dem Weg zu einem „Tourismus für Alle“ zutun. Denn mangelndes Wissen, Kontaktvermeidung und Barrieren in den Köpfen führen dazu, dass das Angebot für Menschen mit Einschränkungen noch immer unterentwickelt ist. Dabei ist es möglich durch die weitestgehend barrierefreie Gestaltung von Gebäuden und Verkehrsmitteln im Marktsegment von Reisenden mit einer Behinderung einen Attraktivitäts- sowie einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen.

Dies würde sich zum einen positiv auf die Ökonomie auswirken und zum anderen eine möglicherweise stärkere Präsenz beeinträchtigter Menschen in den gesellschaftlich hochbewerteten Bereichen Freizeit und Tourismus hervorrufen. Diese Präsenz kann dann zu einer Aufwertung der sozialen Rolle von Menschen mit einer Behinderung führen und in diesem Zuge die noch immer bestehenden Vorurteile stetig abbauen (vgl. WILKEN 2002, S. 23). Urlaub und Ferien sind laut Wilken (2002, S. 7) natürliche Angelegenheiten. Das Bedürfnis nach Erholung und Freizeit hat jeder, warum existiert dann aber die Einschränkung, dass aufgrund fehlender Angebote, nicht jeder diesem Bedürfnis nachgehen kann? Sicherlich ist der Begriff „Behinderung“ teilweise noch immer mit negativen Assoziationen aus der Vergangenheit behaftet und die Menschen fühlen sich in Gegenwart von Menschen mit Einschränkungen unwohl, weil sie nicht wissen, wie sie sich verhalten sollen. Dieser Umgang ist in vielen Fällen wahrscheinlich nicht mit bösen Beabsichtigungen verbunden, aber er führt trotzdem zu einer Separierung zwischen Menschen mit und ohne Behinderung. Gerade in der Tourismusbranche sollte von solchem Verhalten Abstand genommen werden, denn sie ist eine weltoffene Branche, verbindet Menschen aus den verschiedensten Ländern und ermöglicht es in alle Teile der Erde zu reisen. Genauso wenig wie zwischen der Herkunft der Reisenden unterschieden wird, sollte auch zwischen Menschen mit und ohne Beeinträchtigungen unterschieden werden. Der Mehraufwand, der unternommen werden muss um die Umwelt barrierefreier zu machen zahlt sich aus, da Barrierefreiheit wie bereits mit dem anfangs dargestellten Zitat vermittelt werden sollte, für jeden komfortabel ist und weit mehr Personen nützt als nur denen mit einer Behinderung. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass in dieser Arbeit verschiedene Begriffe zur Beschreibung von Behinderung oder Personen mit einer Behinderung benutzt werden, diese sind jedoch synonym zu verstehen und dienen dem Abwechslungsreichtum. Gleichermäßen sollen diese synonym verwendeten Begriffe auch zeigen, dass Behinderung komplex, vielschichtig und nicht immer leicht und in derselben Weise zu erfassen ist. Wenn es schon verschiedene Arten der Beschreibung von Menschen mit einer Behinderung gibt, so ist anzunehmen, dass sich die Bedürfnisse erst recht voneinander unterscheiden. Alle diese Aspekte lassen erkennen, dass das Segment „barrierefreier Tourismus“ touristisch gesehen sehr interessant und vielversprechend ist, es aber auch Hemmnisse und Risiken gibt. In dieser Arbeit soll aufgezeigt werden, welche Potenziale eine barrierefreie Gestaltung von touristischen Einrichtungen für die Reisebranche mit sich bringt und anhand der Entwicklung in der Vergangenheit und des Ist-Zustandes zeigen, was bereits in die Wege geleitet wurde, aber auch was noch getan werden muss um es allen Menschen zu

ermöglichen ohne Barrieren zu verreisen.

## 2 Forschungsmethode

Im Zeitraum vom 10. Juli bis 24. Juli wurden an fünf Tagen 26 Unterkunftsbetriebe in der Luxemburger Mosel Region untersucht. Bestandteil der Untersuchung waren dabei 21 Hotels, eine Jugendherberge und vier Campingplätze. Grundlage für die Auswahl der Hotels war die Broschüre „Visit Miselerland“ und das darin aufgeführte Beherbergungsverzeichnis. Ziel der Analyse war es, sich ein eigenes Bild des barrierefreien Angebots zu verschaffen. Aus diesem Grund, wurde auf eine schriftliche Befragung mittels Fragebogen verzichtet. Bei dieser Erhebungsmethode stellt sich ebenso die Frage, inwieweit die Selbstausskunft der Hoteliers mit dem tatsächlichen Angebot übereinstimmt. Das Vorgehen war bei jeder Unterkunft gleich. Die Untersuchung fand ohne vorherige Ankündigung oder Vereinbarung eines Termins statt. Diese Methode führte dazu, dass es der Verfasserin in manchen Betrieben verwehrt blieb sich ausgiebig umzusehen, da kein geeigneter Ansprechpartner vor Ort war. In den meisten Fällen stellte dieses Vorgehen jedoch kein Problem dar. Bei der Erstellung der Checkliste orientierte sich die Verfasserin an bereits veröffentlichten Listen mit Kriterien zur Barrierefreiheit. Diese waren beispielsweise eine Liste der Mindeststandards für die Kategorisierung barrierefreier Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in Deutschland von der Internetseite „Barrierefrei bauen mit nullbarriere.de“, die Checkliste des ADAC und der Fragebogen zur Erhebung barrierefreier Urlaubs- und Reiseunterkünfte der NatKo (vgl. NULLBARRIERE.DE 2013, o.S.; vgl. ADAC 2003, S. 107ff und vgl. NATKO 2002, o. S.). Die Checkliste ist in sieben Kategorien aufgeteilt: Allgemeines, Infrastruktur rund um das Hotel, Eingangsbereich/Zugang zum Hotel, Lobby/Rezeption, Speisesaal, Zimmer und Sanitärräume im Zimmer. Die gesamte Liste ist im Anhang einzusehen.

Ergänzend beschloss die Verfasserin Interviews mit drei Hoteliers in der Region zu führen, die auch Teil der Vor-Ort-Analyse waren. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde auf eine gute und interessante Mischung Wert gelegt. So wurden ein Hotel, das erst im vergangenen Jahr erbaut wurde, ein Hotel älteren Baujahres und ein Campingplatz ausgewählt. Auf eine Anfrage per E-Mail antworteten zwei der drei angeschriebenen Personen. Die beiden Interviews fanden am 24.07.2013 in dem jeweiligen Hotel/Campingplatz statt. Als Methode der Befragung wurde das standardisierte Interview gewählt. Der Fragebogen wurde für alle Unterkunftsbetriebe gleich formuliert, für das Interview mit den Verantwortlichen des Campingplatzes wurden jedoch einige Formulierungen abgeändert und an die

spezifische Unterkunftsform angepasst. Die Befragungen fanden jeweils mit Einzelpersonen, einem standardisierten Fragebogen und einem weitestgehend neutralen Interviewer statt. Diese Form stellt die hauptsächliche Erhebungsform in der empirischen Sozialforschung dar (vgl. SCHNELL/HILL/ESSER 1999, S. 299ff.).

Es wurden vier Forschungsfragen formuliert, die es im Rahmen der Analyse zu beantworten galt.

- 1) Gibt es barrierefreie Unterkünfte?
- 2) Wie groß ist die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten in den barrierefreien Unterkünften?
- 3) Werden barrierefreien Angebote ausreichend beworben?
- 4) Wie viel Potenzial steckt in der Region hinsichtlich der Herstellung von Barrierefreiheit?

### **3 Fazit**

In diesem Kapitel sollen abschließend die im Vorfeld formulierten Forschungsfragen beantwortet werden. Wie bereits festgestellt gab es in der untersuchten Region lediglich zwei Unternehmenseinheiten die barrierefrei sind. Über 50% der untersuchten Unterkünfte sind nicht barrierefrei. Die Nachfrage nach barrierefreien Zimmern in den Unterkünften ist als gering zu bewerten. Diese Aussage basiert auf den Angaben der befragten Mitarbeiter in den zwei barrierefreien Hotels. In einem Hotel wird schätzungsweise alle zwei bis drei Wochen ein barrierefreies Zimmer angefragt, im anderen Hotel gab der Mitarbeiter an, dass sie pro Jahr circa 12 Gäste mit Behinderungen haben. Gründe hierfür könnten zum einen die nicht ausreichende Bewerbung der Angebote oder zum anderen die fehlende Barrierefreiheit entlang der gesamten touristischen Servicekette sein. Eine für alle zugängliche Unterkunft in einer Umgebung, deren touristische Einrichtungen und Aktivitäten nicht barrierefrei sind, ist natürlich weniger interessant für Reisende mit Einschränkungen. Bei der Bewerbung der Angebote für Menschen mit Behinderung gab es Unterschiede in der Handhabung der Hotels. Nur eines der Hotels bewarb die barrierefreien Zimmer auf der Website. Es ist ebenfalls in einer sogenannten „Special Interests“-Broschüre, die in einer Zusammenarbeit zwischen Luxemburg und dem Saarland entstand, vertreten. Bei der Frage wie viel Potenzial in der Herstellung von Barrierefreiheit in der Region vorhanden ist es ratsam auch die teilweise, bzw. nicht barrierefreien Unterkünfte miteinzubeziehen. Generell ist zu sagen, dass in einem ersten Schritt die Leistungsträger über die Thematik „Barrierefreiheit“ aufgeklärt werden müssten, da nicht jeder etwas mit dem Begriff verbinden konnte. Realistisch betrachtet, ist es

nicht in jedem Unterkunftsbetrieb möglich eine barrierefreie Gestaltung zu verwirklichen. Manche der Beherbergungen sind in die Jahre gekommen und der Umbau wäre mit hohen Investitionen verbunden. Einige der als teilweise barrierefrei eingestuften Unterkunftsbetriebe haben jedoch Potenzial und könnten durch kleinere Veränderungen der vollständigen Barrierefreiheit einen Schritt näher kommen. Sicherlich sind bei dem ein oder anderen auch „Barrieren in den Köpfen“ vorhanden. Diese Hemmnisse abzuschaffen stellt ebenfalls einen bedeutenden Teil dar. Dies könnte durch Sensibilisierungsmaßnahmen und die Verminderung von Berührungängsten erreicht werden. Abschließend lassen sich die gewonnen Erkenntnisse der Vor-Ort-Analyse wie folgt zusammenfassen: Von den 21 Unterkunftsbetrieben, die Teil der Analyse waren gab es zwei Betriebe, die als barrierefrei eingestuft werden können. Weitere sieben Unterkünfte sind teilweise barrierefrei. Die Mehrzahl der Unterkünfte, nämlich 57% (12 Betriebe) sind nicht barrierefrei gestaltet und somit für Menschen mit einer Beeinträchtigung nicht geeignet.