

---

**– EXECUTIVE SUMMARY –**

der

Diplomarbeit

**Tourismus für Alle – eine Situationsanalyse**

**Herausforderungen und Chancen bei der Umsetzung des barrierefreien**

**Tourismus in Oberbayern**

zur Erlangung des akademischen Grades der Diplom-Geographin

Verfasserin:

Manuela Klugbauer

E-Mail: manuklugbauer@gmx.de

Februar 2010

---

## **1 Problemstellung und Zielsetzung**

*„Barrierefreiheit ist ein Anliegen aller Menschen und nicht nur einer Minderheit mit körperlichen Behinderungen.“*

1. Prinzip aus dem Bericht „2010: Ein hindernisfreies Europa für Alle“ der Europäischen Kommission (2003)

Dieses Zitat räumt mit dem weit verbreiteten Vorurteil auf, dass sich barrierefreier Tourismus lediglich an die relativ kleine, spezielle Zielgruppe der behinderten Menschen richtet. Auch für mobilitätseingeschränkte Personen, wie z.B. ältere Menschen, Kinder, schwangere Frauen sowie Menschen, die durch schweres Gepäck oder Unfallfolgen vorübergehend eingeschränkt sind, schafft die Vermeidung und Beseitigung von Hindernissen aller Art eine Erleichterung in verschiedenen Lebensbereichen. Es geht folglich nicht um einen speziellen „Behindertentourismus“, sondern – wie der Name schon sagt – um einen „Tourismus für Alle“. Laut Vorausberechnungen des Statistischen Bundesamtes werden bereits im Jahr 2020 31% der deutschen Gesamtbevölkerung mindestens 60 Jahre alt sein (2008 waren es noch 26%). Auch wenn im Alter die Mobilitätseinschränkungen meist zunehmen, schwindet die Lust zu Reisen und das Bedürfnis nach Erholung nicht. Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in Deutschland wird offensichtlich, dass es sich bei der

Gruppe der mobilitätseingeschränkten Reisenden keinesfalls um einen touristischen Nischenmarkt handelt. Diese Zielgruppe birgt aufgrund zahlreicher Faktoren wie z.B. eines hohen Marktwachstums, der Präferenz für deutsche Reiseziele und einer hohen Auslastung in der Nebensaison, ein großes Potenzial für die Tourismusbranche. In der Studie „*Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle*“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit aus dem Jahr 2003, wurde die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des barrierefreien Tourismus für Alle in Deutschland ermittelt. Derzeit wird allein durch die Übernachtungsreisen der schwerbehinderten Menschen (d.h. ohne mobilitätseingeschränkte und behinderte Menschen mit einem Grad der Behinderung <50) in Deutschland ein Nettoumsatz von ca. 2,5 Milliarden Euro pro Jahr generiert. Weiter wurde in genannter Studie errechnet, dass eine Nettoumsatzsteigerung von bis zu ca. 1.930 Millionen Euro erzielt werden könnte, wenn man weitere barrierefreie Angebote schaffen würde.

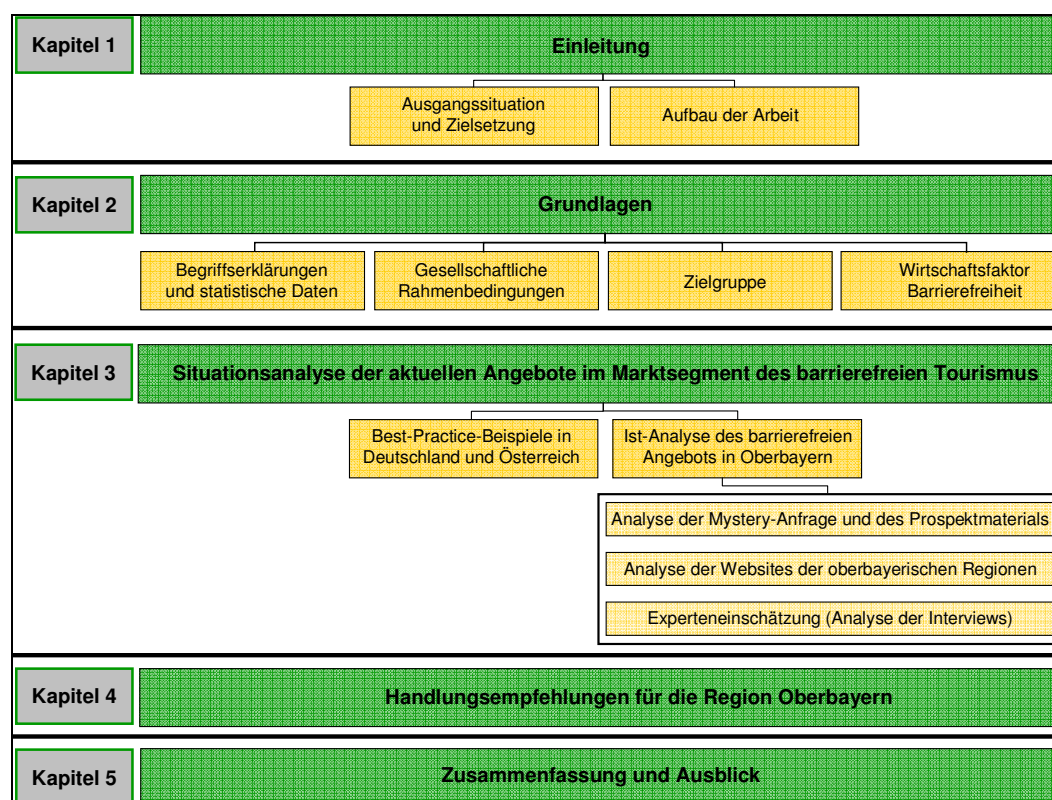
Woran es liegt, dass trotz all dieser überzeugenden Argumente in der Praxis dennoch eine sehr große Kluft zwischen der Nachfrage der mobilitätseingeschränkten, reisewilligen Personen und dem geringen barrierefreien Angebot besteht, wurde im empirischen Teil der Diplomarbeit – hauptsächlich bezogen auf die Region Oberbayern – herausgearbeitet. Somit ist es das **Ziel der Arbeit**, die aktuelle Angebotssituation im Marktsegment des barrierefreien Tourismus in Oberbayern widerzuspiegeln und Herausforderungen bei der Umsetzung des „Tourismus für Alle“ zu ermitteln und aufzuzeigen. Auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse wird eine Reihe von Handlungsempfehlungen ausgesprochen, wie es Oberbayern gelingen könnte, erfolgreich einen „Tourismus für Alle“ in der Region zu realisieren.

## 2 Aufbau der Arbeit

In Abbildung 1 ist der Aufbau der Diplomarbeit graphisch dargestellt. Nach einem einleitenden Teil (**Kapitel 1**) werden in **Kapitel 2** grundlegende Gegebenheiten geklärt, um im Anschluss eine genaue Auseinandersetzung mit der Thematik „barrierefreier Tourismus“ zu ermöglichen. Außer diversen Begriffsklärungen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden in diesem Kapitel die Zielgruppe sowie die wirtschaftliche Bedeutung des „Tourismus für Alle“ erläutert. In **Kapitel 3** soll ein Überblick über die derzeitige Angebotsstruktur im Marktsegment des barrierefreien Tourismus gegeben werden. Zunächst werden diverse Best-Practice-Beispiele aus verschiedenen Bereichen des Tourismussektors in Deutschland und Österreich dargestellt. Anschließend wird das barrierefreie Angebot in Oberbayern analysiert. Hierzu wird eine Mystery-Anfrage an die

oberbayerischen Regionen nach Informationsmaterial zum Thema „barrierefreier Tourismus“ ausgewertet sowie eine Untersuchung des Prospektmaterials durchgeführt. Ferner werden die Websites der einzelnen oberbayerischen Regionen bezüglich ihres Informationsgehalts über einen barrierefreien Tourismus überprüft. Weiterhin werden in Kapitel 3 anhand von 16 qualitativen Interviews mit touristischen Vertretern sowie Behindertenvertretern aus den jeweiligen oberbayerischen Regionen, wichtige Erkenntnisse über den derzeitigen Sachstand des barrierefreien Angebots in Oberbayern, über die Einstellung der Vertreter zu diesem Thema sowie über Herausforderungen bei der Umsetzung des „Tourismus für Alle“ gewonnen.

**Abbildung 1: Aufbau der Arbeit**



Quelle: Eigene Darstellung

Auf Grundlage der Situationsanalyse des oberbayerischen, barrierefreien Angebots, sowie des Vergleichs mit diversen guten Beispielen, werden in **Kapitel 4** verschiedene Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Realisierung des barrierefreien Tourismus in Oberbayern ausgesprochen. In **Kapitel 5** werden die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit noch einmal zusammengefasst und ein kurzer Ausblick hinsichtlich der möglichen zukünftigen Entwicklung des barrierefreien Tourismus in Deutschland und Oberbayern gegeben.

### 3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Anhand der verschiedenen **Best-Practice-Beispiele** wird deutlich, dass es in nahezu jedem Bereich der touristischen Servicekette sehr gute, barrierefreie Angebote gibt. Eine Region mit einer durchgängig geschlossenen, barrierefreien, touristischen Servicekette mit guten, barrierefreien Angeboten in allen Bereichen, ist in Deutschland jedoch leider kaum zu finden. Folglich sehen sich besonders behinderte Menschen mit zahlreichen Herausforderungen in sämtlichen Bereichen der Planung und Durchführung ihres Urlaubs (Informationsbeschaffung, Anreise, Unterbringung, Freizeitgestaltung etc.) konfrontiert.

Die **Mystery-Anfrage** zeigte, dass der Großteil der oberbayerischen Regionen sehr schnell auf die Anfrage reagierte. Die Hälfte der Regionen, die Prospektmaterial versendeten, legte eine Special-Interest-Broschüre bei. Die meisten Regionen gaben jedoch an, ihre Angebote in Zukunft verstärkt über das Internet kommunizieren zu wollen.

Von den 14 überprüften **Websites** der Regionen bieten sieben sehr gute bis gute Informationen bezüglich „Barrierefreiheit“ an, fünf Regionen mangelhafte Informationen und zwei gar keine. Zumindest die Hälfte der Regionen kommuniziert somit deutlich über das Internet, dass man die Zielgruppe der mobilitätseingeschränkten Personen wahrnimmt, diese in der Region willkommen ist und man einige Unterkünfte und Freizeitmöglichkeiten für sie bietet.

Trotz der einzelnen Angebote und guten Ansätze kann in Oberbayern, was Barrierefreiheit angeht, leider (noch) nicht von einer geschlossenen Servicekette gesprochen werden. Warum das Angebot auf diesem Gebiet, trotz der vielen Fakten, die dafür sprechen, noch nicht weiter ausgebaut ist, hat verschiedene Gründe. Zum einen wurde in den **Expertengesprächen** deutlich, dass die touristischen Vertreter der Regionen häufig nicht über die ökonomische Bedeutung des „Tourismus für Alle“ ausreichend Bescheid wissen und in Zusammenhang mit der Zielgruppe oftmals von einem Nischenmarkt sprechen. In den meisten oberbayerischen Regionen hat das Thema „barrierefreier Tourismus“ lediglich eine mittlere oder geringe Priorität und wird häufig zugunsten anderer Projekte zurückgestellt, da es an personellen und zeitlichen Kapazitäten und nicht zuletzt an finanziellen Mitteln mangelt. Ein weiteres Problem ist, dass oftmals die Meinung vorherrscht, dass man, solange keine große Anzahl von Nachfragen mobilitätseingeschränkter Menschen direkt an die Regionen gerichtet wird, auch das barrierefreie Angebot nicht verbessern müsse. Das größte Problem bei der Umsetzung der Barrierefreiheit in jeder befragten Region in Oberbayern ist jedoch die Schwierigkeit, die touristischen Leistungsträger für das Thema zu gewinnen. Dies liegt eindeutig daran, dass diese zu wenig über barrierefreien Tourismus und die

entsprechende Zielgruppe Bescheid wissen. Viele Vermieter „befürchten“, dass nach einem barrierefreien Umbau ausschließlich Rollstuhlfahrer zu ihren Kunden zählen werden und sich die anderen Gäste davon abschrecken lassen. Außerdem sehen die meisten Gastgeber keinen persönlichen Vorteil in einem barrierefreien Umbau und sind folglich auch nicht bereit, etwas in diesem Zusammenhang zu investieren. Diese Ansicht tritt besonders dann auf, wenn die Vermieter (z.B. von Ferienwohnungen) nicht auf die Einnahmen aus der Vermietung angewiesen sind. Die gastronomischen Einrichtungen zeigen ebenfalls wenig Interesse an diesem Thema. Eine nicht ausreichend barrierefreie Infrastruktur, gebirgiges Gelände, Missverständnisse aufgrund der uneinheitlichen Standards bezüglich Barrierefreiheit sowie eine unzureichende Kommunikation zwischen den einzelnen Akteuren, stellen weitere Hemmnisse bei der Umsetzung von Barrierefreiheit dar. Ferner ist nicht zu vergessen, dass es sich hierbei um ein Thema handelt, welches leider immer noch häufig bei vielen Menschen Berührungspunkte auslöst.

#### **4 Schlussfolgerungen**

Ein „Tourismus für Alle“ in Oberbayern kann nur erfolgreich realisiert werden, wenn man das Thema konsequent „top-down“, in diesem Fall ausgehend vom Tourismusverband München-Oberbayern, forciert und umsetzt. Die touristischen Anbieter für einen „Tourismus für Alle“ zu gewinnen und zu einer Investition zu motivieren, stellt derzeit eines der größten Hemmnisse bei der Umsetzung des barrierefreien Tourismus in Oberbayern dar. Solange jedoch die Leistungsträger nicht für das Thema gewonnen wurden, kann kein entsprechendes Angebot geschaffen werden. Deshalb muss der Tourismusverband München-Oberbayern im Rahmen eines ausgeprägten Innenmarketings anhand von Schulungen die Vertreter der jeweiligen Mitgliedsregionen sowie die touristischen Leistungsträger informieren, qualifizieren und für das Thema sensibilisieren. Anschließend müssen attraktive Angebote für mobilitätseingeschränkte Personen ausgebaut und geschaffen werden. Dabei ist es wichtig, Angebote zu schaffen, die so viel wie möglich die Aktivität der Menschen und so wenig wie möglich deren Behinderung in den Vordergrund stellen. Bereits bei der Planung von barrierefreien Angeboten muss darauf geachtet werden, stets Experten und behinderte Menschen einzubeziehen. Zudem ist es wichtig, die vorhandenen Angebote mittels eines erfolgreichen Außenmarketings zu kommunizieren. Es wäre durchaus ratsam, bereits jetzt mit einzelnen barrierefreien „Leuchtturmprojekten“ in Oberbayern zu werben und somit zu kommunizieren, dass sich Oberbayern dem Thema „Tourismus für Alle“ annimmt und den Trend erkannt hat.

Die positive Grundeinstellung der Interviewpartner gegenüber dem Thema, die bereits existierenden barrierefreien Angebote in Oberbayern, die zahlreich erhobenen Daten bezüglich der Zugänglichkeit von Objekten sowie die Tatsache, dass es derzeit in neun der befragten Regionen ein Projekt zum Thema „Barrierefreiheit“ gibt, stellen eine gute Voraussetzung dar, aus Oberbayern eine „Region für Alle“ zu machen. Oberbayern darf sich nicht „auf seinen Lorbeeren“, sprich, eine der beliebtesten Urlaubsregionen in Deutschland zu sein, „ausruhen“, sondern muss bereit sein, sich diesem zukunftssträchtigen Thema zu widmen. Ist sich die Region dessen bewusst und bewältigt den ersten, wichtigsten – und vermutlich schwierigsten – Schritt, die touristischen Anbieter für das Thema „barrierefreier Tourismus“ zu gewinnen, dürfte es durchaus zu bewerkstelligen sein, in Zukunft von einem „Oberbayern für Alle“ sprechen zu können.