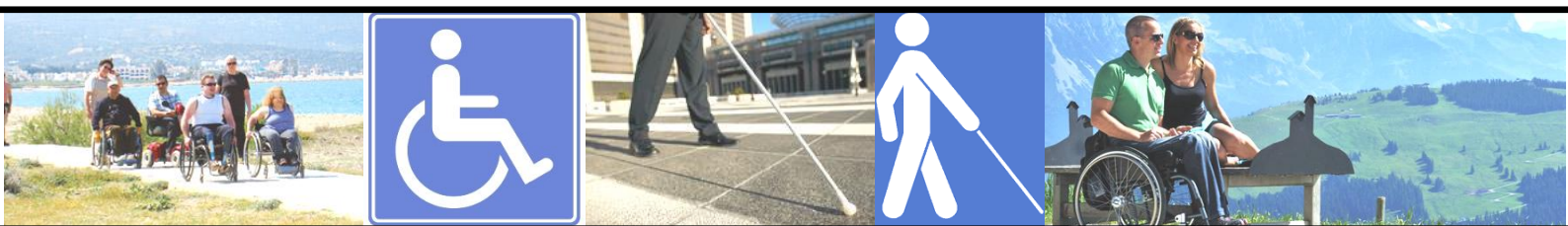




Bachelorarbeit im Studiengang Freizeit- und Tourismusgeographie

Barrierefreies Reisen

Mitmenschlichkeit, die sich auszahlt? Chancen für die
Tourismusbranche anhand von Best-Practice
Beispielen



Vorgelegt von:

Irina Glaesner

Zuckerbergstr. 23

54290 Trier

E-Mail: irinaglaesner@gmx.de

Matrikelnummer: 1034030

Eingerichtet bei:

Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Dr. Michael Lenjoint

Quellen zum Deckblatt:

Erste Reihe:

Erstes von links: VACACIONES EDREAMS S.L. (2011): Urlaub mit Rollstuhl. Barrierefreies Reisen. Barcelona. <http://blog.edreams.de/wp-content/uploads/2011/04/barrierefrei-fliegen.jpg>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Zweites von links: FAKOÓ, A. (2006b): Alphabete zur Kommunikation von Menschen mit Behinderung. Chemnitz. http://www.fakoo.de/logos/deaf-logo_rund.gif. (letzter Zugriff: 12.05.2013).

Zweites von rechts: CASAMUNDO GmbH (2013): Barrierefreies Reisen. Trotz Behinderung die Welt entdecken.

http://www.casamundo.de/sites/casamundo.de/files/images/topics/barrierefrei_reisen.jpg. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Erstes von rechts: ÖSTERREICH WERBUNG WIEN (2013a): Barrierefrei Reisen. Urlaub ohne Barrieren. Ein Wunsch, den Österreich seinen Gästen mit Handicap bestmöglich erfüllen möchte. <http://www.austria.info/media/13712/rollstuhlfahrer--steiermark-tourismus--d.jpg>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Zweite Reihe:

Erstes von links: VONI TOURISTIK (2013): Barrierefreies Reisen mit Voni Touristik. Hamburg. <http://voni-touristik.de/media/images/news-angebote-katalog-zypern/9/barrierefreies-reisen02.jpg>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Zweites von links: PUBLIC DOMAIN PICTURES (2007): Behinderte Zeichen. Wales. <http://www.publicdomainpictures.net/pictures/20000/nahled/disabled-sign.jpg>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Drittes von links: DB VERTRIEB GmbH (2013): Mobilitätseingeschränkt. Frankfurt. http://www.bahn.de/regio_franken/view/mdb/import-26.05.2007/handicap/MDB35561-15636723_blindenstock_224x168.jpg. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Zweites von rechts: FAKOÓ, A. (2006a): Alphabete zur Kommunikation von Menschen mit Behinderung. Chemnitz. <http://www.fakoo.de/logos/blind-logo-neu.gif>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Erstes von rechts: ÖSTERREICH WERBUNG WIEN (2013b): Barrierefreier Urlaub in Österreich. Wien. <http://www.austria.info/media/13712/barrierefrei-wilder-kaiser-brixental-ausblick--www-skiwelt-at-d.jpg>. (letzter Zugriff: 16.04.2013).

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades 'Bachelor of Science' [B. Sc.]

Barrierefreies Reisen

Mitmenschlichkeit, die sich auszahlt?

Chancen für die Tourismusbranche anhand von Best-
Practice Beispielen

Trier, im Juli 2013

Verfasser: Irina Glaesner
Adresse: Zuckerbergstr. 23
54290 Trier
Telefon: 0160/96679821
Matrikelnr.: 1034030

Erstgutachter: Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Zweitgutachter: Dr. Michael Lenjoint

*„Wie ein Forschungsprojekt der Bundesregierung ergeben hat,
unternehmen schwerbehinderte Menschen in Deutschland
jährlich 2,5 Millionen Urlaubsreisen
und geben dabei rund sechs Milliarden DM aus.
[...] Bei einem Marktsegment dieser Größenordnung gilt es,
die touristischen Anbieter aus ihrem Dornröschenschlaf zu wecken.“*

HARTMANN (2003)

1 Einleitung

„Der „barrierefreie Tourismus für Alle“ bietet ein großes ökonomisches Marktpotenzial mit neuen Chancen, die derzeit bei den touristischen Destinationen und Anbietern in Deutschland nicht erkannt sind und nur ansatzweise ausgeschöpft werden.“ (ALLGEMEINER DEUTSCHER AUTOMOBIL CLUB e.V. (ADAC) 2003, S. 18)

1.1 Erläuterung der Problemstellung und Zielsetzung

„Der soziodemographische Wandel in der Gesellschaft wird in den nächsten Jahren und Jahrzehnten Politik und Wirtschaft aber auch die Gesellschaft selbst vor große Herausforderungen stellen. Soziodemographische Prozesse sind langfristig angelegt, daher müssen mögliche Entwicklungen frühzeitig vorhergesehen werden, um entsprechende Gegenmaßnahmen rechtzeitig einleiten zu können. Langfristig wird dabei der Rückgang der Bevölkerungszahlen in Deutschland eine entscheidende Rolle spielen. Pessimistische Prognosen gehen von einer Schrumpfung bis 2050 von bis zu 15,5 Mio. Menschen aus und auch nach der mittleren Variante wären es immerhin 7,5 Mio. weniger Menschen als heute. Dies wird nicht zuletzt auch den Tourismusmarkt beeinflussen.“ (BECKER 2005, S.149)

Reisen ist ein Symbol für ein hohes Maß an Lebensqualität und bietet die einmalige Möglichkeit, Abwechslung in den Alltag zu bekommen und sich von diesem zu entspannen, neue Länder und Kulturen kennenzulernen. Für viele Menschen zählt das Reisen zu den **Grundbedürfnissen**, deshalb werden zur heutigen Zeit des demographischen Wandels von der Tourismusbranche **Reisen für alle** gefordert, was auch behinderte Menschen mit einschließt. Menschen mit eingeschränkter körperlicher Bewegungsfreiheit und geistigen Behinderungen sind genauso interessiert und berechtigt, Länder und Orte kennenzulernen, wie alle anderen auch. Es sollte zum Ziel werden diesen dazu zu verhelfen ohne Einschränkungen all das genießen und erleben zu können, was Reisen für Jedermann bereichernd und lebenswert macht (vgl. HANSEN 2006, S. 53).

Seit dem Jahre 2002 wurde die Barrierefreiheit in allen Bereichen in Deutschland zum Ziel. Dieses ist im BGG, dem Behindertengleichstellungsgesetz, das 2002 in Kraft getreten ist, nieder geschrieben. Da der Anteil mobilitätseingeschränkter Menschen im Alter stark ansteigt, gewinnt das Thema Barrierefreiheit in Deutschland vor allem vor dem Hintergrund der alternden Gesellschaft an Bedeutung. Jedoch muss sich die gesamte Wirtschaft, Politik sowie die Verwaltung, aufgrund dieser bevölkerungsspezifischen Entwicklungstendenzen, anpassen und die erforderlichen Voraussetzungen schaffen, um eine **uneingeschränkte**

Teilnahme aller Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen. Da nahezu keine andere Branche vielfältiger und enger mit solchen umgebenden Rahmenbedingungen verwoben ist wie die Tourismusbranche, muss dieser Schritt gerade im Bereich Urlaub und Reisen vorangetrieben werden (vgl. BECKER 2005, S. 1). **Bisher bleibt das wirtschaftliche Potential in diesen Bereichen jedoch noch überwiegend ungenutzt** (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE (BMWi) 2008, S. 10).

Der barrierefreie Tourismus wird somit zum Qualitätsfaktor im Wettbewerb der touristischen Destinationen innerhalb Deutschlands. Die aktive Beteiligung der deutschen Zentrale für Tourismus, des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages sowie vieler deutscher Tourismusverbände, aber auch das öffentliche Bewusstsein über die Veränderung der Bedürfnisse in unserer Gesellschaft, weisen auf die steigende Bedeutung der Barrierefreiheit in der Tourismusbranche hin. Jedoch reicht die steigende Beteiligung der Akteure noch nicht aus. Es muss sich viel mehr zu einem aktiven Engagement der Tourismuswirtschaft entwickeln. Schließlich ist barrierefreier Tourismus keineswegs ein Nischenmarkt für Behinderte und mit Zusatzkosten und Wettbewerbsnachteilen verbunden, sondern **nützt uns allen** und stellt für Unternehmen ein Wettbewerbsvorteil dar. Alleine in Europa sind neben den etwa 50 Millionen Behinderten, auch fast 90 Millionen Menschen älter als 65 Jahre (vgl. NATIONALE KOORDINATIONSSTELLE TOURISMUS FÜR ALLE e.V. (NATKO)/ ARBEITSGEMEINSCHAFT „BARRIEREFREIE REISEZIELE IN DEUTSCHLAND“/ DEUTSCHER BLINDEN UND SEHBEHINDERTENVERBAND e.V. (DBSV)/ LÄNDERARBEITSKREIS „TOURISMUS FÜR ALLE“ 2013, o. S.). Im Zuge des sich vollziehenden demographischen Wandels und der Tatsache, dass sich die Zahl der über 60-Jährigen in den bevorstehenden Jahren noch verdoppeln wird, vergrößert sich auch der Anteil der mobilitätseingeschränkten, aber trotz allem noch reisefreudigen Kunden. Demzufolge ist der barrierefreie Tourismus **ein natürlich wachsender Markt**. Aufgrund dessen sollte Barrierefreiheit nicht nur für behinderte Menschen, sondern vielmehr für alle Reisenden, von Vorteil sein (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE (BMWi) 2008, S. 10).

Die Anpassungen des touristischen Marktes und Angebotes an die Bedürfnisse aller, stellen eine große Herausforderung dar, sind jedoch gleichermaßen auch eine langfristige Chance für touristische Destinationen und Anbieter sich von der Masse abzuheben und von der großen Zahl der Betroffenen zu profitieren. Es sind vor allem die Erkenntnis und Akzeptanz „der Anderen“ gefragt, um Benachteiligten gleichermaßen eine Teilnahme am gesellschaftlichen Leben und den menschlichen Grundbedürfnissen, zu denen auch das Reisen gewertet werden kann, zu gewährleisten. Die folgende Arbeit soll deshalb die

Chancen des barrierefreien Reisens für die Tourismusbranche aufzeigen und diese an nachahmenswerten Konzepten verdeutlichen.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Ziele der empirischen Untersuchung

Die Befragung ist das Standardinstrument der empirischen Sozialforschung bei der Erhebung von Daten, Fakten, Meinungen, Bewertungen und Einstellungen. Je nach Art der Durchführung einer solchen Befragung wird zwischen mündlicher, schriftlicher, internetgestützter Befragung und Telefoninterview unterschieden. Jede Befragung ist, aufgrund der stattfindenden verbalen Kommunikation, eine soziale Situation, bei der ein Interviewpartner anwesend ist. Allerdings ist das Interview mit dem Zweck der Forschung eine künstlich hergestellte, asymmetrische Interaktion unter sich fremden Personen (vgl. DIEKMANN 2010, S. 439). Außerdem kann zwischen einzelnen Formen der mündlichen Befragung unterschieden werden. Je nach Ausmaß, nach welchem das Interview vom Forscher und vom Interviewer strukturiert wird, wird die Befragung in folgende Strukturierungsgrade unterteilt: wenig, teil- und stark strukturierte Interviewsituationen (vgl. SCHNELL/ HILL/ ESSER 2008, S. 321f.).

Wird bei mündlichen Befragungen ohne Fragebogen gearbeitet und passt der Interviewer situationsbedingt die Anordnung und Formulierung der Fragen während dem Gesprächsverlauf an, dann liegt ein wenig strukturiertes Interview vor. Hierbei nimmt der Interviewer eine eher passive Rolle ein und der Gesprächsverlauf wird überwiegend durch den Befragten bestimmt (vgl. SCHNELL/ HILL/ ESSER 2008, S. 322).

Wenn zu Beginn einer Untersuchung der Forschungsgegenstand noch nicht dimensionsübergreifend durchschaut worden ist und zusätzliche Klärung von Nöten ist, wird meist die Nutzung dieser Interviewtechnik favorisiert, um die fortlaufenden Untersuchungen vorzubereiten. Diese Interviewtechnik orientiert sich meist am alltäglichen, informellen Gespräch und kann mittels einer Befragung von Einzelpersonen oder einer Gruppendiskussion durchgeführt werden. Teilstrukturierte Gespräche bedingen eine leichte Ordnung durch vorbereitete und vorformulierte Fragen. Es besteht seitens des Interviewers dennoch die Möglichkeit die Fragenabfolge dem Gesprächsverlauf anzupassen, allerdings verändern sich die Frageformulierungen kaum noch und der Befragende arbeitet die einzelnen vorformulierten Fragen während des Gesprächs ab. Üblicherweise stützt sich ein solches Gespräch auf einen Gesprächsleitfaden (vgl. SCHNELL/ HILL/ ESSER 2008, S. 322).

Vor der Interviewführung wurde über die ausgewählten Experten informiert, um diese nach ausreichender **Recherche** zu ihren Tätigkeiten und dem Thema per Mail anzuschreiben und um einen **Gesprächstermin** zu bitten. Im Anschreiben wurde kurz über das Gesprächsthema und den Ablauf des Gespräches aufgeklärt. Reagierten die Gesprächspartner auf das Anschreiben, so wurde schriftlich, direkt oder nach Ablauf von 3-4 Tagen ein Termin vereinbart. Der Großteil der ausgewählten Experten nahm mit Freude an einem gemeinsamen Gespräch teil und bat auch über das Gespräch hinaus Hilfe an. Meist verlangten diese vorab weder formulierte Fragen noch einen Gesprächsleitfaden. Einige der angeschriebenen Experten meldeten sich nicht zurück oder verwiesen an einen anderen Experten.

Vor der Gesprächsführung wurden, wie oben bereits angesprochen, **Gesprächsleitfäden** erarbeitet, die sich im Großen und Ganzen vor allem im Bezug auf die ersten und die letzten Fragen ähnelten. Durch die Gemeinsamkeiten und die ähnliche Durchführung der Gespräche mit unterschiedlichen Experten können die Aussagen und Einstellungen im nachfolgenden Kapitel einfacher verglichen werden. Nach der Erstellung des Leitfadens ging es an die einzelnen Experteninterviews. Fünf Gespräche wurden **per Telefon** geführt, da die räumliche Distanz oftmals zu groß war und der Zeitplan sehr streng. Ein Gespräch konnte an der ITB 2013 **persönlich** geführt werden und fünf weitere Experten favorisierten eine **schriftliche Beantwortung** der Fragen per Mail. Die Gesprächsdauer lag im Durchschnitt zwischen **30 und 60 Minuten**. Von allen Befragten wurde die Tonaufzeichnung gestattet, während die Anonymität von keinem verlangt wurde.

Ziel der empirischen Untersuchung mittels der geführten Interviews ist es die Fortschritte der vergangenen Jahre, den Entwicklungsstand, die zukünftigen Chancen des barrierefreien Tourismus sowie die vorhandene oder nicht vorhandene Erkenntnis des Potentials dieses Marktsegmentes aufzuzeigen und anhand von Einstellungen der Experten zu belegen. Außerdem verhalfen die Gespräche zu einem Überblick über die Unzufriedenheit bzw. Zufriedenheit mit den momentanen Entwicklungen. Die Frage nach der Chance der Barrierefreiheit für die Tourismusbranche wurde bei jedem Gespräch erst gegen Ende als abschließendes Fazit gestellt. Allerdings erwähnten die meisten Experten bereits mitten im Gesprächsverlauf das große Potential dieses Marktsegmentes und schilderten Probleme bei der Umsetzung und fehlende Aspekte zur Umsetzung der „völligen“ Barrierefreiheit. Gewiss sind auch einige Betrachtungsweisen vorhanden, die sich von Interviewpartner zu Interviewpartner unterscheiden.

Als Experten wurden möglichst unterschiedliche Interessenvertreter ausgewählt, um so eine höchstmögliche Meinungsspannweite sowie möglichst breitgefächerte Ansätze zu erhalten.

Es wurden einerseits touristische Vertreter und andererseits Behindertenbeauftragte befragt, um so quasi beide Seiten der Medaille abzudecken. Da die Themenfindung über die Recherche von Reiseveranstaltern für Behinderte stattfand, bestand kein Zweifel daran, die beiden gefundenen Spezialreiseveranstalter zum Thema zu befragen. Nachdem die Wahl der Best-Practice Beispiele getroffen war, stand es außer Frage diese, sowohl zu ihrem Konzept als auch ganz allgemein zum Thema zu befragen. Einige weitere Experten wurden ausgewählt, da diese bei einem vorangegangenen Expertengespräch positiv erwähnt wurden. Das war beispielsweise bei den Naturparks sowie den Naturschutzzentren der Fall. Bedauerlicherweise reagierten vor allem die Experten nicht auf die Anfrage einer Befragung, die aufgrund einer negativen Bemerkung in einem der bereits geführten Expertengespräche herausstachen. Insgesamt wurde trotz allem eine Interviewanzahl von 11 erreicht.

2. Fazit: Auswertung der Expertengespräche

Um die Chancen, die sich durch die Barrierefreiheit im Tourismus bieten können, zu bewerten, kann nicht nur der soziale Aspekt, sondern muss vielmehr auch das zentrale Argument, die ökonomische Bedeutung des Reisens mobilitätsbehinderter Menschen, herangezogen werden. Allerdings zeigt die zögerliche Haltung der Tourismuswirtschaft diesem Thema gegenüber, dass die Message der Mitmenschlichkeit, die sich auszahlt, noch nicht vollkommen in den Köpfen der Gesellschaft sowie der Akteure angekommen ist.

Das liegt vermutlich daran, dass diese Thematik vor allem im Bezug auf die Reisebranche noch sehr neu und nur stellenweise verbreitet ist. Infolgedessen fehlen einzelne Initiatoren, die andere Anbieter zu den fehlenden Investitionen aktivieren. Die sporadische Verbreitung des barrierefreien Tourismus für alle kann womöglich mit dem insgesamt sehr exklusiven Gesellschaftssystem in Deutschland begründet werden. Die Tourismusbranche ist als Wirtschaftsfaktor demzufolge nicht isoliert zu betrachten, es handelt sich hierbei vielmehr um einen Spiegel des zurückhaltenden, gesamtgesellschaftlichen Umgangs und Kontaktes mit Behinderten. Im Großen und Ganzen scheitert es demnach an der zu schwachen Umsetzung der Barrierefreiheit im Kopf, der Gesellschaft und vor allem in der Politik. Die politische Ebene sollte als Motor agieren und mit Hilfe von gesetzlichen Vorgaben und spezifischen Fördermitteln, beispielsweise im Bereich des barrierefreien Umbaus oder auch im Bezug auf Newcomer-Unternehmen im barrierefreien Bereich, die vorhandenen Hemmnisse in den barrierefreien Tourismus für alle zu investieren zu Nichte machen. Da sich die Bedeutungszunahme des barrierefreien Tourismus nicht zuletzt in den jahrelangen Bemühungen der Selbsthilfeorganisationen begründet, sollte vor allem in diesem Bereich mehr politisches Engagement getätigt werden. Zweifelsohne wäre es auch im Bereich der

Selbsthilfe wünschenswert, finanzielle Unterstützungen durch den Staat einzurichten, um so deren Mitmenschlichkeit auszuzahlen oder zumindest teilweise zurückzugeben, was in großem Maße gegeben wird. Ist der Finanzierungsaspekt nachhaltig geklärt, so schrumpft die Hürde für touristische Anbieter auf die qualitative Barrierefreiheit ihrer Angebote zu setzen deutlich. Das heißt, ist der politische Wille vorhanden, initiiert dieser auch den Handlungswillen der touristischen Leistungsträger. Demnach ist es unumgänglich von Nöten, dass nicht nur die einzelnen Anbieter, sondern hauptsächlich die Tourismuspolitik und -förderung den barrierefreien Tourismus auf Bundes-, Länder- und Destinationsebene integrieren.

Abschließend gilt, dass Barrierefreiheit im technischen Sinne wichtig und richtig ist, jedoch darf dabei zu keiner Zeit die soziale Komponente außer Acht gelassen werden. Zukünftig müssen deshalb die barrierefreien Ziele weiter verfolgt und mit dem Hintergrund von politischen und gesellschaftlichen Maßnahmen vorangetrieben werden, damit die Tourismuswirtschaft in der Mitmenschlichkeit auch das ökonomische Potential und nicht nur die damit verbundenen Kosten und Veränderungen erkennt. Schließlich dient die Barrierefreiheit der gesamtdeutschen Bevölkerung.