

Vorwort des Parlamentarischen Staatssekretärs im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA)	9
Vorwort der Herausgeber	10
<b>1 EINLEITUNG UND METHODIK</b>	<b>11</b>
1.1 Problem- und Zielstellung	11
1.2 Barrierefreier Tourismus für Alle: Konzept und Zielgruppe	12
1.3 Untersuchungsmethodik	14
1.3.1 Quellgebietsbefragung	14
1.3.2 Zielgebietsbefragungen und Interviews mit touristischen Leistungs- und Entscheidungssträgern	16
<b>2 BARRIEREFREIER TOURISMUS FÜR ALLE IN DEUTSCHLAND – ANALYSE VON NACHFRAGE UND ANGEBOT</b>	<b>17</b>
2.1 Analyse der Untersuchungsgebiete	17
2.1.1 Insel Usedom	17
2.1.2 Fränkisches Seenland	19
2.1.3 Voralpenland	20
2.1.4 Erfurt	21
2.1.5 Bad Zwischenahn	22
2.1.6 Fazit der Zielgebietsanalyse	24
2.2 Die Zielgruppe	24
2.2.1 Soziodemographische und -ökonomische Merkmale	24
2.2.2 Formen der Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen	25
2.3 Das Reiseverhalten	26
2.3.1 Reiseintensität, Reisehäufigkeit, Reisedauer	26
2.3.2 Reisearten und -motive, Verkehrsmittelwahl	27
2.3.3 Saisonalität und Reiseausgaben	28
2.3.4 Reiseziele und Reisegebietstreue	29
2.3.5 Reisebegleitung und Assistenz	30
2.3.6 Reiseverzicht	30
2.4 Barrierefreie Angebote aus Nachfragersicht	31
2.4.1 Organisation der Reise: Vorabservice, Informationsmedien, buchbare Pauschalen	35
2.4.2 An- und Abreise	40
2.4.3 Ankommen und Orientieren	41
2.4.4 Fortbewegung am Urlaubsort	42
2.4.5 Unterkunft	43
2.4.6 Verpflegung/Gastronomie	44
2.4.7 Einkaufen	45
2.4.8 Kulturelle Aktivitäten	45
2.4.9 Sportliche Aktivitäten	46
2.4.10 Service vor Ort	46
2.4.11 Medizinische Versorgung/Pflege vor Ort	47
2.4.12 Ausflüge in die Umgebung/Freizeitmöglichkeiten	47
2.5 Organisation und Innenmarketing	48
2.5.1 Koordination	48
2.5.2 Konzeption	49
2.5.3 Marktforschung	49
2.5.4 Innenmarketing	49
2.6 Fazit	50

<b>3</b>	<b>ÖKONOMISCHE ASPEKTE EINES BARRIEREFREIEN TOURISMUS FÜR ALLE</b>	<b>52</b>
3.1	Die gegenwärtige ökonomische Bedeutung des barrierefreien Tourismus für Alle	52
3.1.1	Methodische Vorbemerkungen	52
3.1.2	Die ökonomische Bedeutung des Deutschlandtourismus behinderter Menschen	53
3.2	Potenziale des barrierefreien Tourismus für Alle	56
3.2.1	Ökonomische Vorüberlegungen	56
3.2.2	Die Pyramide der Barrierefreiheit	57
3.2.3	Die Bedeutung der Investitionskosten zur Markterschließung	59
3.2.4	Potenziale des barrierefreien Tourismus für die Tourismusbranche	61
3.2.5	Potenziale des barrierefreien Tourismus für die gesamte Volkswirtschaft	62
3.2.6	Potenziale des barrierefreien Tourismus für Tourismusregionen	64
3.2.7	Zwischenfazit	68
3.3	Neun zentrale Hemmnisse für den barrierefreien Tourismus für Alle	69
3.4	Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen	74
<b>4</b>	<b>GRUNDSÄTZE UND KRITERIEN FÜR EINEN BARRIEREFREIEN TOURISMUS FÜR ALLE IN DEUTSCHLAND</b>	<b>75</b>
4.1	Philosophie eines barrierefreien Tourismus für Alle aus ökonomischer Sicht	75
4.2	Grundsätzliches Zielsystem eines barrierefreien Tourismus für Alle aus touristischer Sicht	77
4.3	Schlüsselstrategien zur Herstellung eines barrierefreien Tourismus für Alle	78
4.3.1	Schlüsselstrategien für Anbieter und Destinationen	78
4.3.2	Landes- und bundesweite Schlüsselstrategien	78
4.4	Inhaltliche Definition eines barrierefreien Tourismus für Alle	78
4.4.1	Einflussfaktoren auf die Entwicklung eines barrierefreien Tourismus für Alle	79
4.4.2	Die zentralen Säulen eines barrierefreien Urlaubs für Alle: Anforderungen aus Nachfragersicht	80
4.4.3	Konsequenzen für die Angebotsgestaltung	82
4.4.4	Kriterien für einen barrierefreien Urlaub	83
4.5	Zeitliche Aspekte der Entwicklung zu einem barrierefreien Urlaubsziel für Alle	88
<b>5</b>	<b>HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR EINEN BARRIEREFREIEN URLAUB IN DEUTSCHLAND</b>	<b>89</b>
5.1	Maßnahmen auf Anbieter- und Destinationsebene zur Umsetzung eines barrierefreien Tourismus für Alle	89
5.2	Landes- und bundesweite Maßnahmen zur Unterstützung eines barrierefreien Tourismus für Alle	93
5.3	Erfahrungen aus Europa	96
5.3.1	Finanzielle Fördermöglichkeiten und rechtliche Grundlagen zur Herstellung von Barrierefreiheit im Tourismus	96
5.3.2	Konkrete Fördermaßnahmen zur Herstellung von Barrierefreiheit	99
5.3.3	Sonstige Maßnahmen zur Herstellung von Barrierefreiheit	100
5.4	Ausblick	100
<b>6</b>	<b>LITERATUR</b>	<b>102</b>
<b>ANHANG</b>		<b>105</b>
<b>DANKSAGUNG</b>		<b>105</b>
<b>ENGLISH SUMMARY</b>		<b>106</b>
<b>STATEMENTS UND ERFAHRUNGEN BUNDESWEITER VERBÄNDE UND ORGANISATIONEN SOWIE DER UNTERSUCHUNGSGEBIETE</b>		<b>109</b>

**ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

Abb.1: Altersstruktur der Befragten	25
Abb.2: Behinderungsformen der Befragten	25
Abb.3: Ausgabebereitschaft	29
Abb.4: Die touristische Servicekette	32
Abb.5: Rangfolge der Bedeutung	33
Abb.6: Rangfolge der Beeinträchtigung	33
Abb.7: Vergleich von Bedeutung und Beeinträchtigung	34
Abb.8: Inhalte der individuellen Antwortschreiben	36
Abb.9: Kennzeichnung von barrierefreien Angeboten in allgemeinen Broschüren	37
Abb.10: Kennzeichnung von barrierefreien Angeboten in allgemeinen Broschüren: Darstellungsformen	37
Abb.11: Differenzierung des zugesendeten „Special-Interest-Materials“	38
Abb.12: Zusendung von „Special-Interest-Material“	38
Abb.13: Kennzeichnung von barrierefreien Angeboten im Internetauftritt	39
Abb.14: Kennzeichnung von barrierefreien Angeboten im Internetauftritt: Darstellungsformen	39
Abb.15: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Organisation der Reise	39
Abb.16: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: An- und Abreise	40
Abb.17: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Ankommen und Orientieren	41
Abb.18: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Fortbewegung am Urlaubsort	42
Abb.19: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Unterkunft	43
Abb.20: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Verpflegung/Gastronomie	44
Abb.21: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Einkaufen	44
Abb.22: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Kulturelle Aktivitäten	45
Abb.23: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Sportliche Aktivitäten	46
Abb.24: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Service vor Ort	47
Abb.25: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Medizinische Versorgung / Pflege vor Ort	47
Abb.26: Differenzen zwischen Anspruch und wahrgenommener Wirklichkeit: Ausflüge in die Umgebung / Freizeitmöglichkeiten	48
Abb.27: Struktur der Tagesausgaben	54
Abb.28: Die Pyramide der Barrierefreiheit	58
Abb.29: Zielsystem eines barrierefreien Tourismus für Alle	77
Abb.30: Zentrale Säulen eines barrierefreien Urlaubserlebnisses für Alle	81
Abb.31: Übertragung der Pyramide der Barrierefreiheit auf die touristische Servicekette	84

**TABELLENVERZEICHNIS**

Tab. 1: Reisemotive	27
Tab. 2: Kennzahlen der Urlaube behinderter Reisender	53
Tab. 3: Kennzahlen der Kurzurlaube behinderter Reisender	54
Tab. 4: Die ökonomische Bedeutung des barrierefreien Tourismus	55
Tab. 5: Modellrechnung 1	60
Tab. 6: Modellrechnung 2	60
Tab. 7: Modellrechnung 3	61
Tab. 8: Potenziale des barrierefreien Tourismus	61
Tab. 9: Barrierefreier Tourismus in der Region Erfurt	65
Tab. 10: Entwicklungsszenarien für die Region Erfurt	65
Tab. 11: Barrierefreier Tourismus in der Region Voralpenland	66
Tab. 12: Entwicklungsszenarien für die Region Voralpenland	66
Tab. 13: Barrierefreier Tourismus in der Region Fränkisches Seenland	66
Tab. 14: Entwicklungsszenarien für die Region Fränkisches Seenland	66
Tab. 15: Barrierefreier Tourismus in der Region Insel Usedom	67
Tab. 16: Entwicklungsszenarien für die Region Insel Usedom	67
Tab. 17: Barrierefreier Tourismus in der Region Bad Zwischenahn	67
Tab. 18: Entwicklungsszenarien für die Region Bad Zwischenahn	67
Tab. 19: Mindestkriterien für einen barrierefreien Urlaub für Alle	86
Tab. 20: Komfortkriterien für einen barrierefreien Urlaub für Alle	87
Tab. 21: Entwicklungsphasen eines barrierefreien Urlaubsziels für Alle	88
Tab. 22: Zusammenfassung der Maßnahmenvorschläge	97
Tab. 23: Aktuelle Situation von Fördermaßnahmen in ausgewählten europäischen Ländern	98

**FOTOVERZEICHNIS / BILDNACHWEIS**

Foto 1: Die Spezialbroschüre „Insel Usedom Barrierefrei“ <i>Quelle: Usedom Tourismus GmbH</i>	17
Foto 2: Internetrubrik „Barrierefrei“ der Insel Usedom <i>Quelle: Usedom Tourismus GmbH (<a href="http://www.usedom.de">http://www.usedom.de</a>)</i>	18
Foto 3: Ein zugängliches Fahrgastschiff auf dem Großen Brombachsee <i>Quelle: NEUMANNCONSULT</i>	19
Foto 4: Eine zugängliche Baderampe am Kleinen Brombachsee <i>Quelle: NEUMANNCONSULT</i>	19
Foto 5: Spezialflyer „Mit dem Rollstuhl auf die Zugspitze“ <i>Quelle: Bayerische Zugspitzbahn Bergbahn AG</i>	20
Foto 6: Skilanglauf mit blinden Gästen <i>Quelle: Reisemagazin Grenzenlos</i>	21
Foto 7: Niederflurbahn der Erfurter Verkehrsbetriebe AG <i>Quelle: FB Verkehrs- und Transportwesen der Fachhochschule Erfurt / H. H. Kill</i>	21
Foto 8: Die Krämerbrücke - ein zugängliches Wahrzeichen der Stadt Erfurt <i>Quelle: Tourismus GmbH Erfurt</i>	22
Foto 9: Plan vom „Park der Gärten“ in Bad Zwischenahn <i>Quelle: Gartenkulturzentrum Niedersachsen - Park der Gärten gGmbH</i>	23
Foto 10: Zugängliche Parkanlage in Bad Zwischenahn <i>Quelle: Bad Zwischenahner Touristik GmbH</i>	24
Foto 11: Die Spezialbroschüre „Behindertengerechte Ferienunterkünfte im Fränkischen Seenland“ <i>Quelle: Tourist-Information Fränkisches Seenland</i>	90
Foto 12: Städtereisebroschüre „Erfurt erlebbar für alle“ <i>Quelle: Tourismus GmbH Erfurt</i>	93