

Tourismus für Alle

Von Hans Dirnberger

Von einer barrierefreien Tourismuskette – von der **Buchungsinformation über die Anreise bis zum Aufenthalt** – profitieren alle Reisenden, nicht nur in ihrer Mobilität eingeschränkte Personen, sondern auch Personen mit Sinnesbehinderungen.

Experten sind sich längst darüber einig, dass der Barrierefreie Tourismus weltweit einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor darstellt. Der wirtschaftliche Nutzen eines barrierefreien Tourismuskonzeptes wird auch durch aktuelle demografische Entwicklungen untermauert: Die Bevölkerung wird insgesamt weniger, während die Gruppe 60plus stetig wächst und somit auch der Anteil an Menschen mit Mobilitäts- und oder Sinnesbehinderung.

Dadurch steigt der Bedarf an barrierefreien Produkten und Dienstleistungen. Schon jetzt ist Barrierefreiheit für ca. 10 Prozent der Bevölkerung unentbehrlich, für 40 Prozent notwendig und für 100 Prozent – also für alle von uns – komfortabel und damit ein Qualitätsmerkmal.

Zehn Schritte zum barrierefreien Urlaubsziel

1. „Barrierefreier Tourismus für Alle“

ist ein Wirtschaftsfaktor. Mit der Entwicklung zu einem barrierefreien Urlaubsziel lassen sich Wettbewerbsvorteile erzielen.

2. Die Einbindung von Menschen mit Behinderungen

Eine enge Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen, insbesondere regionaler Behindertenorganisationen, sollte von Anfang an berücksichtigt werden.

3. Die zentrale Projektsteuerung

Der Entwicklungsprozess sollte gezielt gesteuert und koordiniert werden. Die Festlegung zentraler Verantwortlichkeiten ist hierfür unverzichtbar.

4. Die enge Kooperation vor Ort

Die relevanten lokalen und regionalen Akteure sind zusammenzubringen. Vor allem zwischen Behindertenorganisationen wie z.B. der OÖZIV, Tourismusvertretern, touristischen Leistungsträgern, dem Einzelhandel sowie der regionalen Politik und Verwaltung sollte eine enge Zusammenarbeit gewährleistet werden.

5. Die kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit

Berührungspunkte müssen abgebaut werden. Alle tourismusrelevanten Akteure und Gruppen sollten für barrierefreie Themen sensibilisiert werden.

6. Die Analyse über die Zugänglichkeit des Urlaubsziels

Voraussetzung zur Identifizierung des Handlungsbedarfs ist eine sorgfältige Analyse aller touristischen Einrichtungen und Angebote vor Ort.

7. Das Maßnahmenkonzept zum barrierefreien Urlaubsziel

Die Erarbeitung eines Gesamtkonzeptes als Handlungsleitfaden für lokale oder regionale Akteure ist Voraussetzung für eine umfassende Verbesserung der Zugänglichkeit touristischer Angebote dazu gehört auch die Anbindung an den öffentlichen Verkehr (Was bringen Niederflurbusse wenn es dazu keine passenden barrierefreien Bushaltestellen gibt).

8. Die Mobilisierung touristischer Anbieter

Der wichtigste Erfolgsfaktor zur Mobilisierung der touristischen Anbieter ist die persönliche Ansprache. Vor allem die Darstellung des wirtschaftlichen Nutzens für den einzelnen Anbieter sollte überzeugen.

9. Die Qualifizierung der touristischen Anbieter

Die Qualifizierung der barrierefreien Gestaltung ihrer Einrichtungen und Angebote von touristischen Anbietern sollte gemäß der ÖNORM B 1603 Barrierefreie Tourismus- und Freizeiteinrichtungen - Planungsgrundlagen erfolgen.

10. Die Initiierung von „good practices“

Nichts ist überzeugender als erfolgreiche Beispiele. Um zum Nachahmen zu animieren, sind gezielt gute Beispiele oder Projekte mit Anschub- und Sogwirkung zu fördern