

## Reisen mit Barrieren...



### Mobilitätseingeschränkte Menschen:

Verreisen genauso häufig und lang wie der bundesdeutsche Durchschnitt

Verreisen häufiger nach Deutschland, insbesondere in südliche Bundesländer

Möchten sich erholen, die Natur genießen und etwas für die Gesundheit tun

Sind bereit, Mehrkosten für barrierefreie Angebote zu zahlen

Bevorzugen die Vor- und Nachsaison

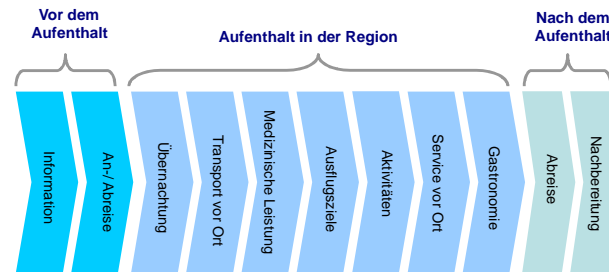
Bevorzugen nach dem PKW Busse und die Bahn als Verkehrsmittel

Verzichten häufig aufgrund des mangelnden barrierefreien Angebots auf eine Reise



## Reisen in der Müritz-Region...

### Die touristische Servicekette



Dienstleistungen und Angebote werden in allen Bereichen der touristischen Servicekette für Gehbehinderte/Rollstuhlfahrer angeboten, **aber:**

Qualität und Quantität entsprechen nicht den Anforderungen

Information und Kommunikation zur Zeit weder transparent noch zuverlässig

Geringes, einseitiges Angebot an Ausflugszielen (Kirchen, Museen, Ausflugs-schiffahrt)

Gruppenreisen werden nur unzureichend angeboten

Servicekette für Reisende mit Seh- oder Hörbehinderungen und Personen mit Lernschwierigkeiten so gut wie nicht erschlossen

Individuelle Fortbewegung nur eingeschränkt möglich

Keine Angebote aus einer Hand, weder für Individualreisende noch für Gruppenreisende

**Der barrierefreie Tourismus ist ein wachsender, zukunfts-trächtiger Markt mit einem differenzierten Zielgruppenspektrum, auf den die Müritz-Region bislang nur unzureichend eingestellt ist.**

## Ziele, Wünsche, Hoffnungen....

### Kompetenzzentrum für barrierefreien Tourismus



### Beratung und Qualitätsmanagement

**Zentraler Verantwortlicher** für barrierefreien Tourismus

**Koordinierungs- und Lobbyarbeit**

**Beratung** touristischer Dienstleister zum barrierefreien Tourismus

Beratung und **Stellungnahmen** zum **barrierefreien Bauen**

**Schulungen, Vorträge**

**Mitarbeitersensibilisierung**

**Qualitätskontrolle** der Angebote

**Studien, Stellungnahmen**

### Service

Zusammenstellung, Aufbereitung & Weitergabe von **transparenten, zuverlässigen Informationen**

Organisation und Bereitstellung von **Serviceleistungen** wie **Behindertenfahrdienst**, geführte Touren etc.

**Reisenachbetreuung**, Erstellung von **Besucherstatistiken**

### Produktentwicklung, Marketing & Vertrieb

Erstellung und Pflege einer **Anbieterdatenbank**

Entwicklung von **Werbematerial** (Print, Internet)

**Verkaufsfördernde Maßnahmen**

**Pressearbeit**

**Vermittlung** von Übernachtungen

Angebot von touristischen Leistungen, welche die **Lücken in der Servicekette schließen**: zum Beispiel geführte Touren, Begleitservice

## Einige Hintergrundinformationen...

## Ansprechpartner...

## Tapetenwechsel...

### Was Sie auch noch wissen sollten

Am 12. März 2005 veröffentlichten der DEHOGA, der IHA, der Sozialverband VdK Deutschland e.V., die Bundesarbeitsgemeinschaft Hilfe für Behinderte e.V., der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband e.V., der Deutsche Gehörlosenbund e.V. sowie die Interessenvertretung Selbstbestimmtes Leben e.V. die „**Mindeststandards für die Kategorisierung barrierefreier Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in Deutschland**“.

Die Einhaltung der fünf Kategorien gilt ab 2005 als Voraussetzung für einen Eintrag barrierefreier Angebote im Deutschen Hotelführer, dem IHA-Hotelführer Hotels Deutschland und den dazugehörigen Webseiten.



### Projekträger der Machbarkeitsstudie:

Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland  
Kreisverband Müritz e.V.  
Teterower Strasse 15  
17192 Waren / Müritz  
Telefon / Telefax (03991)731893



### Die Studie wurde unterstützt durch:

LEADER+ Aktionsgruppe  
Mecklenburgische Seenplatte - Müritz  
Wirtschaftsförderung Müritz GmbH  
Warendorfer Str. 20  
17192 Waren (Müritz)  
Tel.: 0 39 91/ 6 34 - 3 11  
Fax: 0 39 91/ 6 34 - 3 20  
wfm01@t-online.de  
<http://www.wfm-mueritz.de>

Dieses Projekt wird im Rahmen der EU - Gemeinschaftsinitiative Leader+ zur Entwicklung des ländlichen Raums gefördert.



Die **touristische Marktentwicklung** in Mecklenburg Vorpommern – und der Müritz-Region – ist gekennzeichnet von rückläufigen Übernachtungs- und Ankunftsanzahlen.

Die Zeit des automatischen Wachstums ist vorbei.

Der Wettbewerb um die Touristen verstärkt sich.

Eine Zielgruppenorientierung ist notwendiger denn je im Destinationswettbewerb.

Zielgruppen für barrierefreien Tourismus werden größer: Senioren, körperlich und geistig Behinderte, chronisch Kranke, Personen mit temporären Erkrankungen, Familien mit Kleinkindern...



### Was bedeutet Barrierefreiheit?

**“Jede Person sollte unabhängig von einer Behinderung in der Lage sein zu reisen – zu einem Land, innerhalb eines Landes oder zu einer Destination, Sehenswürdigkeit oder Veranstaltung, die sie besuchen möchte.”**

(Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit: Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle. Münster 2003, S. 2)