

Wesermarsch in Bewegung - Barrierefreie Wesermarsch

Endbericht: Maßnahmenplanung

NeumannConsult

Geschäftsführer:
Dr. Peter Neumann

Alter Steinweg 22-24
48143 Münster
Tel. 0251/48 286 - 33
Fax 0251/48 286 - 34
E-Mail info@neumann-consult.com
www.neumann-consult.com

Ansprechpartner:
Dr. Kai Pagenkopf

PROJECT M GmbH

Geschäftsführer:
Dipl.-Volksw. Andreas Lorenz
Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Edgar Kreilkamp

Büro Berlin
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin
Tel. 030/21 45 87 - 0
Fax 030/21 45 87 - 11
E-Mail jan.schiefer@projectm.de
www.projectm.de

Büro Lüneburg
Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Tel. 04131.7 89 62 0
Fax 04131.7 89 62 29
lueneburg@projectm.de

Büro Stuttgart
Falkertstraße 82
70193 Stuttgart
Tel. 0711.72 23 54 0
Fax 0711.72 23 54 29
stuttgart@projectm.de

Ansprechpartner:
Dipl.-Volkswirt Jan Schiefer
Büro Berlin

Auftraggeber: Gemeinde Butjadingen
Auftragnehmer: NeumannConsult, Münster
PROJECT M GmbH, Berlin
Bearbeitung: Dipl. Geograph Dr. Kai Pagenkopf (Projektleitung)
Dipl. Volkswirt Jan Schiefer

Münster/Berlin, November 2010

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einführung	4
2.	Methodik und Projektverlauf	5
2.1	Erstellung von Erfassungsbögen	5
2.2	Durchführung einer Erheberschulung.....	7
2.3	Kartierung touristischer öffentlicher Einrichtungen	7
2.4	Erstellung eines Maßnahmenplans für den barrierefreien Tourismus.....	8
2.5	Maßnahmenplanung und Produktentwicklung.....	9
2.6	Einbindung lokaler und regionaler Akteure.....	9
3.	Ist-Analyse	11
3.1	Touristische Servicekette	11
3.1.1	Vorbereiten, Informieren und Buchen.....	12
3.1.2	An- und Abreise	12
3.1.3	Ankommen und Orientieren	13
3.1.4	Wohnen und Schlafen	13
3.1.5	Service und Assistenz.....	14
3.2	Derzeitige und zukünftige touristische Themen der Wesermarsch	14
3.3	Zusammenfassung	16
4.	Trends und Marktbedingungen im barrierefreien Tourismus für Alle .	18
4.1	Soziodemographische Rahmenbedingungen	18
4.2	Design für Alle & Barrierefreiheit.....	19
4.3	Behinderte Menschen in Deutschland	20
4.4	Reiseverhalten von Deutschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen.....	21
4.5	Typologie Reisender mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen	22
4.6	Fazit	24
5.	Empfehlungen zur Herstellung von barrierefreien Angeboten in der Wesermarsch	25
5.1	Entwicklungsstrategien und Leitlinien	25
5.2	Handlungsempfehlungen	29
5.2.1	Ausbau vorhandener barrierefreier Attraktionen zu „Leuchttürmen“ entlang der touristischen Servicekette.....	29
5.2.2	Barrierefreie Planung / Umsetzung bei neuen Infrastrukturprojekten in der Wesermarsch.....	31
5.2.3	Kampagne „Barrierefreie Unterkünfte in der Wesermarsch“	32
5.2.4	Gastlichkeit für Alle in der Wesermarsch.....	33
5.2.5	Barrierefreier Wassertourismus für Alle	34

5.2.6	Barrierefreier Radtourismus in der Wesermarsch	35
5.2.7	Barrierefreies Weltnaturerbe Wattenmeer für Alle.....	36
5.2.8	Barrierefreies Kulturerlebnis.....	37
5.2.9	Barrierefreier Gestaltung von Rund- und Wanderwegen.....	38
5.2.10	Barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raumes in der Wesermarsch	39
5.2.11	Barrierefreie Gestaltung von Informations- und Leitsystemen (Informationstafeln, Objekttafeln, Wegweiser etc.)	40
5.2.12	Ausbau der barrierefreien Serviceeinrichtungen	41
5.2.13	Gästeführer für Alle	42
5.2.14	Mehrgenerationenspielplätze / -erlebnisräume in der Wesermarsch.....	43
5.2.15	Tagesausflugsziel Wesermarsch	44
5.2.16	Barrierefreie Produktentwicklung.....	45
5.2.17	Verbesserung der ÖPNV-Anbindung	46
5.2.18	Barrierefreies Außenmarketing	47
5.2.19	Barrierefreie Informationsvermittlung im Internet	48
5.2.20	Barrierefreie Tourismusinformationen und touristische Anlaufstellen in der Wesermarsch.....	49
5.2.21	Vermarktungsinitiative barrierefreie Wesermarsch.....	50
5.2.22	Gründung eines Arbeitskreises „barrierefreie Wesermarsch“	51
5.2.23	Regelmäßige Schulungen und Coachings von Leistungs- und Entscheidungsträgern ...	52
5.2.24	Kooperation „Wesermarsch-Bremerhaven-Cuxland für Alle“	53
5.2.25	Mitgliedschaft in der Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“	54

1. Einführung

Die Wesermarsch hat die großen Potenziale des barrierefreien Tourismus erkannt und setzt konsequent auf ein strategisches Vorgehen auf dem Weg zu einer barrierefreien Destination für Alle, das von Beginn an touristische Leistungs- und Entscheidungsträger einbezieht.

Als wichtiger Schritt zum Erreichen des ehrgeizigen Zieles beteiligt sich die Touristikgemeinschaft Wesermarsch am Leader-Prozess „Wesermarsch in Bewegung“ und bereitet die Beantragung des Projektes „Barrierefreie Wesermarsch“ vor. Im Zuge des Projektes sollen Wege aufgezeigt werden, wie auf aktuelle Herausforderungen wie z. B. den demographischen Wandel zukunftsweisend und nachhaltig erfolgreich reagiert werden kann. Im Fokus der Betrachtung steht dabei v. a. der Bereich Tourismus/Freizeit. Als Zielgruppen für barrierefreie Angebote werden sowohl Gäste als auch Einheimische angesprochen.

Ausgehend von einer fundierten Bestandsaufnahme der bestehenden Einrichtungen und Serviceangebote mit Hilfe zu entwickelnder standardisierter Fragebögen, die Auskunft über den Stand des barrierefreien Tourismus in allen neun Kommunen des Landkreises Wesermarsch gibt, beinhaltet das Projekt die Konzeption einer belastbaren Potenzialanalyse im barrierefreien Tourismus für Alle.

Die Evaluation des Ist-Zustandes bildet gemeinsam mit der Potenzialanalyse die Grundlage für die Erstellung einer Maßnahmenliste investiver Maßnahmen zum Abbau bestehender Barrieren. Zudem sind Positionierungsvorschläge für die Wesermarsch zu erarbeiten, die innovative und nachhaltige Produktentwicklungen skizzieren.

Die Touristikgemeinschaft Wesermarsch ist sich bewusst, dass sowohl die Entwicklung als auch insbesondere die Vermarktung barrierefreier Produkte und Serviceleistungen mit touristischen Partnern benachbarter Urlaubsregionen eine effektive Wertschöpfung verspricht. Aus diesem Grunde sollen von Beginn an die Landkreise Cuxhaven und Bremerhaven in alle Überlegungen einbezogen werden.

2. Methodik und Projektverlauf

Die Durchführung des Projektes erfolgte in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber. Von Beginn an wurde auf die Einbeziehung einer möglichst großen Anzahl von Leistungs- und Entscheidungsträgern der Planungsregion gelegt, wobei nicht zuletzt den Vertretern von Sozialverbänden, Behindertenbeauftragten und weiteren „Experten in eigener Sache“ eine große Bedeutung zukam.

2.1 Erstellung von Erfassungsbögen

Zur Erfassung der Ist-Situation des barrierefreien Tourismus für Alle in der Wesermarsch wurden standardisierte Erfassungsbögen entwickelt, die bei der Aufnahme der bestehenden Angebote zum Einsatz kamen.

Die erfassten Einrichtungen lassen sich in die folgenden 15 Kategorien einteilen:

1. Unterkunft (Hotel, Pension, Ferienwohnung etc.)
2. Sehenswürdigkeiten
3. Gastronomie
4. Einzelhandel
5. Aktivität / Besucherattraktionen outdoor
6. Aktivität / Besucherattraktionen indoor
7. Verkehrsgesellschaft inkl. Taxi/Transport (ÖPNV)
8. Strand/Deich
9. Veranstaltungsort
10. medizinische Einrichtung
11. Bäder/Saunen
12. Rad- und Fußwege
13. Schiffe
14. Schiffsanleger / Marinas
15. Gästeführungen

Die Erfassungsbögen wurden so konzipiert, dass insbesondere den Anforderungen von

- Rollstuhlfahrern und mobilitätseingeschränkten Menschen,
- Menschen mit Lernschwierigkeiten und/oder geistiger Behinderung,
- blinden und sehbehinderte Menschen sowie
- gehörlosen und schwerhörigen Menschen

Rechnung getragen wurde, ohne weitere Gruppen wie z. B. Familien mit Kindern und Reisende der älteren Generation aus den Augen zu verlieren. Dabei orientieren sich die Erfassungsbögen an folgenden Vorgaben und Grundannahmen:

- Beachtung der in der Praxis gängigen Erhebungskriterien:
 - die DIN 18024-1 (Straßen, Plätze, Wege, öffentliche Verkehrs- und Grünanlagen sowie Spielplätze) & -2 (Öffentlich zugängliche Gebäude und Arbeitsstätten), ggf. DIN 32984 (Bodenindikatoren), DIN Fachbericht 124 - Leitsätze zur Gestaltung barrierefreier Produkte
 - Zielvereinbarung im Gastgewerbe
 - Empfehlungen einschlägiger Planungshilfen wie z. B. „Planungsleitfaden für die barrierefreie Gestaltung von Wanderwegen“ der FH Erfurt oder „Empfehlungen zur barrierefreien Gestaltung von Spazierwegen und Lehrpfaden“ bzw. „Empfehlungen zur barrierefreien Gestaltung von Wanderwegen“ des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband e. V.
 - pragmatisch ergänzt durch die Ergebnisse unserer eigenen Erfahrungen und Studien (z. B. ADAC Planungshilfe¹, Studien im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie: Neumann & Reuber 2004², Neumann et al. 2008³).

Die Erfassungsbögen sind modular aufgebaut, so dass bei der Erfassung einer Einrichtung mehrere Module zum Einsatz kommen, die von den Erhebern entsprechend der Situation vor Ort zusammen gestellt werden. Der modulare Aufbau erlaubt einen äußerst flexiblen Einsatz der Erfassungsbögen und ermöglicht die Erfassung einer großen Zahl unterschiedlicher Einrichtungskategorien. Das Verfahren setzt jedoch ein Verständnis für die Belange des barrierefreien Tourismus bei den Kartierern voraus. Aus diesem Grunde werden die Bögen durch eine ausführliche textliche und bildliche Anleitung ergänzt.

Die Bögen wurden im Rahmen eines Pretests anlässlich der Erhebberschulung (Kapitel 2.2) geschärft und in Abstimmung mit dem Auftraggeber sowie den ersten Erfahrungen im Zuge der Kartierung überarbeitet und verbessert.

Die Erhebungsbögen sind dabei vor allem wegen ihrer offenen Frageform, die auf Bewertungen verzichtet und die tatsächliche Ist-Situation erfasst, mit der bisherigen Erhebungspraxis in den Nachbarregionen - insbesondere Cuxland - und den derzeitigen bundesweiten Ansätzen zur Erfassung barrierefreier Einrichtungen (Land Brandenburg, Zielvereinbarungen im Gastgewerbe etc.) kompatibel. Sie können daher auch auf andere Regionen übertragen werden.

¹ ADAC e.V. (Hrsg.) (2003): Barrierefreier Tourismus für Alle. Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote. München. (Autoren: Neumann u.a.).

² Neumann, P. & P. Reuber (Hrsg.) (2004): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle: Langfassung einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Münster. (= Münstersche Geographische Arbeiten 47).

³ Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

2.2 Durchführung einer Erheberschulung

Zusätzlich zum Umfang des Leader-Projektes und außerhalb der diesbezüglichen Förderung wurde am 01. und 02. Juni 2010 eine Erheberschulung in Brake durchgeführt. 21 Teilnehmer aus der Wesermarsch und benachbarter Regionen erhielten am ersten Tag der Veranstaltung eine umfangreiche Einführung in den barrierefreien Tourismus für Alle, die Wünsche der Gäste, die Anforderungen an Infrastruktur und Service sowie in die wirtschaftlichen Potenziale dieses bedeutenden Wachstumssegmentes. Die Durchführung praktischer Übungen, während derer die Teilnehmer etwa mit Hilfe von Simulationsbrillen in die Lage von Gästen mit Sehschwierigkeiten versetzt wurden oder selbst die Nutzung eines Rollstuhls ausprobierten, ergänzte die Einführung in die Thematik.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Einweisung in die richtige Verwendung der Erhebungsbögen - am ersten Tag theoretisch, am zweiten Tag anhand eigenständiger Kartierungen diverser touristischer Einrichtungen in der Innenstadt von Brake. Die Teilnehmer erhielten umfangreiche Schulungsmaterialien, die sie in die Lage versetzen, das Gelernte zu vertiefen und bei Bedarf aufzufrischen.

Die Notwendigkeit einer Erheberschulung - trotz der von uns durchgeführten Kartierung der wichtigsten Points of Interest der Wesermarsch (Kapitel 2.3) - erklärt sich aus der Anforderung einer laufenden Aktualisierung des Datenbestandes der barrierefreien Einrichtungen in der Wesermarsch. Mit einer einmaligen Erhebung ist es nicht getan; Änderungen in den bestehenden Einrichtungen, etwa durch Umbaumaßnahmen, müssen ebenso regelmäßig erfasst werden wie neu entstandene Einrichtungen. Aus diesem Grunde ist ein Pool erfahrener Erheber in der Region, die kurzfristig eingesetzt werden können, unabdingbar. Aktualität und Zuverlässigkeit der vorliegenden Informationen ist ein Schlüsselfaktor bei der erfolgreichen Vermarktung barrierefreier Angebote.

2.3 Kartierung touristischer öffentlicher Einrichtungen

In den Monaten Juni und Juli 2010 wurden 95 öffentliche, nicht-gewerbliche Einrichtungen (Points of Interest (POI)) von geschulten und erfahrenen Kräften anhand der Erhebungsbögen erfasst. Die Ergebnisse der Kartierung werden dem Auftraggeber in Form der Erhebungsbögen zur Verfügung gestellt und nach Fertigstellung der zurzeit im Aufbau und nicht im Umfang des Leader-Projektes befindlichen Datenbank in diese eingepflegt.

Darüber hinaus wurden die erfassten POI fotografisch dokumentiert und im „Handbuch für Touristiker“ anhand von Kurzsteckbriefen textlich beschrieben.

Zusätzlich zur eigentlichen Erfassung wurden alle wichtigen POI der Wesermarsch seitens der Projektleitung von NeumannConsult in Augenschein genommen. Diese Ortsbegehungen dienen

- als zusätzliche Grundlage für die Handlungsempfehlungen sowohl
 - zur Verbesserung der barrierefreien Zugänglichkeit der einzelnen POI als auch

- der der strategischen Maßnahmen der Gesamtregion,
- als Maßnahme zur Einbeziehung der Leistungsträger, die in zahlreichen Gesprächen im Zuge der Begehung auf das Projekt „barrierefreie Wesermarsch“ hingewiesen wurden, aus erster Hand erste Handlungsempfehlungen erhielten und auf die Bedeutung des barrierefreien Tourismus für Alle aufmerksam gemacht wurden.

Auf die geforderte Kartierung der Fahrradwege der Wesermarsch wurde in Absprache mit dem Auftraggeber vorerst verzichtet. Im Landkreis Wesermarsch läuft aktuell ein Projekt zur Neupositionierung im Fahrradtourismus, in dessen Verlauf neue Radwege ausgewiesen und bisher bestehende voraussichtlich aufgegeben werden.

Im Zuge ihrer Diplomarbeit erarbeitet eine Studentin der Geographie der Westfälische Wilhelms-Universität Münster derzeit ein Konzept zu barrierefreien Fahrradwegen in der Wesermarsch. Die Ergebnisse dieser Arbeit werden nach Fertigstellung die bisherige Erfassung der POI ergänzen.

2.4 Erstellung eines Maßnahmenplans für den barrierefreien Tourismus

Ausgehend von den Ergebnissen der Erhebung und den Ortsbegehungen wurden für alle untersuchten POI pragmatische Hinweise zur Beseitigung von Hindernissen sowie zu Besucherinformation und Besucherlenkung unter besonderer Berücksichtigung baulich-investiver Maßnahmen formuliert. Im Blickpunkt stand dabei die Herstellung von Barrierefreiheit entlang möglichst aller Elemente der Servicekette (vgl. Abbildung 1), so dass ein möglichst weitgehend barrierefreier Zugang zu den entsprechenden Angeboten gewährleistet wird.

Hierbei wurde besonders Wert auf praxisnahe und kostengünstige Maßnahmen gelegt, ohne die Anforderungen der in Kapitel 2.1 bezeichneten Normen und Standards aus den Augen zu verlieren. Um Sonderlösungen für alle oben genannten Nutzergruppen zu vermeiden, wurden soweit als möglich die Anforderungen eines Designs für Alle berücksichtigt (vgl. Kapitel 4.2).

Diese Maßnahmen für die einzelnen POI finden sich im „Handbuch für Touristiker“, das als separates Dokument vorliegt und diesen Abschlussbericht ergänzt. Das Handbuch richtet sich an Praktiker aus der Tourismusbranche und gibt den Leistungsträgern, Servicekräften und dem Personal der Tourist-Informationen einen Überblick über die barrierefreien touristischen Angebote der Wesermarsch. Darüber hinaus enthält es wie erwähnt die pragmatischen Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Zugänglichkeit sowie eine grundsätzliche Einführung in den barrierefreien Tourismus und zahlreiche praxisnahe Empfehlungen für touristische Leistungsträger unterschiedlicher Branchen. Das Handbuch wird ergänzt durch ein Literaturverzeichnis und zahlreiche Tipps zur Vertiefung der Thematik.

2.5 Maßnahmenplanung und Produktentwicklung

Neben den Empfehlungen für die einzelnen POI wurden Maßnahmen für die Gesamtregion Wesermarsch entwickelt, die im Wesentlichen Gegenstand dieses Abschlussberichtes sind (vgl. Kapitel 5).

Von besonderer Bedeutung sind dabei:

- Die Schaffung barrierefreier Serviceangebote und touristischer Produkte für alle Kundengruppen
- Ein schlagkräftiges und zielgenaues Außenmarketing
- Der Aufbau von nachhaltig tragfähigen Strukturen des Innenmarketings

Ausgehend von einer Potenzialanalyse, die die aktuelle Situation in der Wesermarsch ebenso berücksichtigt wie die aktuelle und zukünftige Marktsituation (Kapitel 4) werden Handlungsempfehlungen zur touristischen Positionierung der Wesermarsch im barrierefreien Tourismus für Alle formuliert. Neben der strategischen Ausrichtung der Region, die die Nachhaltigkeit der touristischen Entwicklung langfristig sicher stellen soll, wird ein Schwerpunkt auf die Verbesserung bestehender bzw. Entwicklung neuer touristischer Produkte gelegt.

Die Maßnahmenplanung und Produktentwicklung erfolgte unter Berücksichtigung einer zukünftigen Kooperation mit den touristischen Partnern Cuxhaven und Bremerhaven.

2.6 Einbindung lokaler und regionaler Akteure

Von Projektbeginn an wurde besonderer Wert auf die Einbindung einer möglichst großen Anzahl von Akteuren gelegt, deren Engagement geeignet ist, das Thema des barrierefreien Tourismus zu befördern und die Wesermarsch in diesem Marktsegment zu positionieren.

Ausgehend von einer Auftaktveranstaltung am 09. April 2010 in Brake wurde eine Projektgruppe ins Leben gerufen, die den Prozess der Konzepterstellung begleitete. Die Teilnehmer der Projektgruppe stammten aus den Reihen der touristischen Leistungsträger, der Verwaltung, der Betroffenenverbände und Behindertenbeauftragten sowie der privaten Stakeholder, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen gewinnbringend für das Projekt einbrachten.

Auf zwei weiteren Projekttreffen am 25. Mai 2010 sowie am 31. August 2010 wurden die Teilnehmer der Projektgruppe über den jeweiligen Stand informiert. Die anschließenden Diskussionen lieferten wichtige Hinweise für das weitere Vorgehen. Darüber hinaus dienten die Projekttreffen natürlich auch der Motivation und Information der Teilnehmer.

Auf einer abschließenden Ergebnispräsentation am 28. September 2010 wurden die Erträge des Projektes einer fachkundigen und sehr interessierten Öffentlichkeit vorgestellt. Im Mittelpunkt dieser Ergebnispräsentation stand zudem die Diskussion über das weitere Vorgehen im barrierefreien Tourismus für Alle.

Neben den genannten Veranstaltungen wurden während des gesamten Projektverlaufes zahlreiche Gespräche mit Leistungs- und Entscheidungsträgern im Tourismus geführt.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die Wesermarsch über zahlreiche engagierte Akteure verfügt, die die wirtschaftliche Bedeutung des barrierefreien Tourismus für Alle erkannt haben und eine Positionierung der Region schon jetzt befördern. Dabei ist insbesondere das Interesse auch umsatzstarker Betriebe mit einem hohen Gästeaufkommen sehr erfreulich und vielversprechend für die weitere Entwicklung der Wesermarsch.

3. Ist-Analyse

Die Ist-Analyse soll sich auf Einrichtungen und Themen beschränken, die für die strategische Entwicklung der Wesermarsch im barrierefreien Tourismus für Alle von Bedeutung sind. Eine Beschreibung der barrierefreien Zugänglichkeit der einzelnen POI findet sich im „Handbuch für Touristiker“, das den vorliegenden Abschlussbericht ergänzt und auf das an dieser Stelle verwiesen sei.

3.1 Touristische Servicekette

Das touristische Angebot einer Region muss nach Möglichkeit alle Elemente der Servicekette (vgl. Abbildung 1) abdecken, um dem Gast einen gelungenen Urlaub zu garantieren. Daher werden im Folgenden ausgewählte Elemente der Servicekette in der Wesermarsch im Hinblick auf ihre Barrierefreiheit untersucht. Im Rahmen des Projektes war es nicht möglich, alle Elemente zu analysieren, da sich die Erhebung der POI ausschließlich auf nichtgewerbliche Einrichtungen beschränkte.

Weitere Elemente der Servicekette mit einem klaren Themenbezug werden in Kapitel 3.2 behandelt.

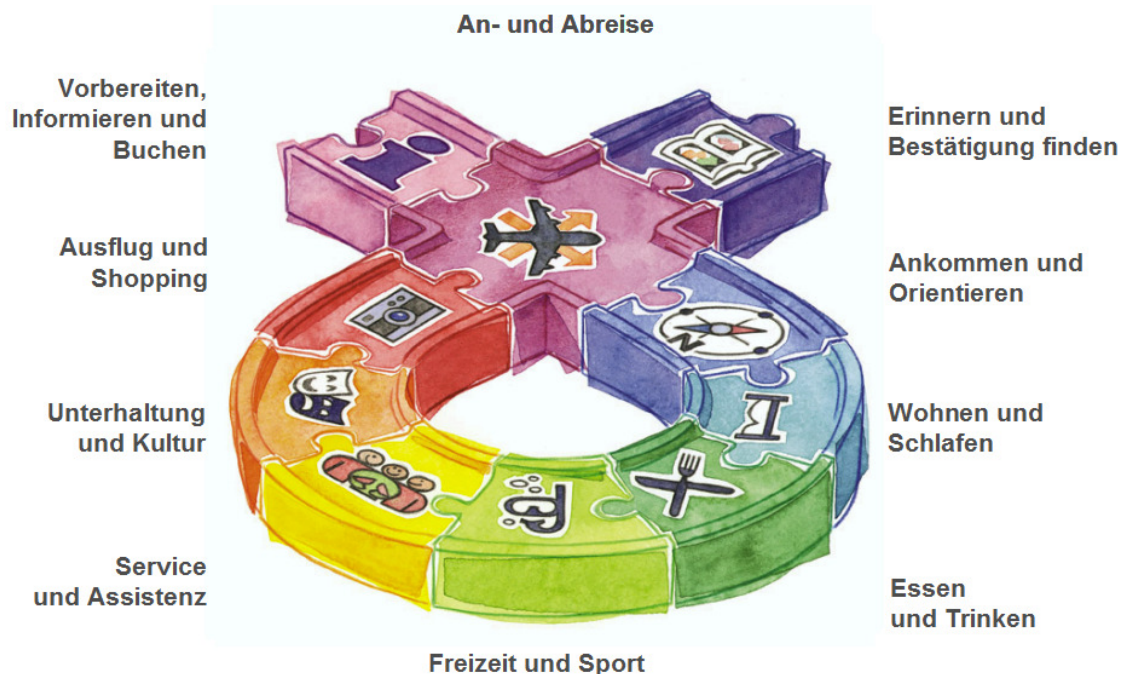


Abbildung 1: Die touristische Servicekette (Quelle: ADAC 2003⁴)

⁴ ADAC e.V. (Hrsg.) (2003): Barrierefreier Tourismus für Alle. Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote. München. (Autoren: Neumann u.a.).

3.1.1 Vorbereiten, Informieren und Buchen

Zum jetzigen Zeitpunkt liegen kaum Informationen über die barrierefreie Zugänglichkeit einzelner Einrichtungen oder gar der Gesamtregion vor. Lediglich einige wenige POI wie z. B. der Jaderpark wiesen in ihrem Internetauftritt bzw. ihren Printprodukten auf barrierefreie Angebote oder die Möglichkeit der Zugänglichkeit für mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste hin.

Darüber hinaus gebricht es sowohl den allermeisten Printmedien als auch - und das ist besonders bedauerlich - den bisherigen Webseiten an barrierefreier Gestaltung. Somit wird vielen Gästen, die auf eine barrierefreie Informationsvermittlung angewiesen sind, die Möglichkeit verwehrt, sich am heimischen PC auf eine Reise in die Wesermarsch vorzubereiten.

Dieses deutliche Manko wird in absehbarer Zeit durch das Aufsetzen einer Datenbank mit Informationen zu barrierefreien touristischen Angeboten behoben sein. Dennoch müssen auch einzelne Leistungsträger und einzelne Einrichtungen darauf bedacht sein, sowohl Informationen zur Barrierefreiheit anzubieten als auch dieses in einer barrierefreien Form zu tun.

3.1.2 An- und Abreise

Das Hauptverkehrsmittel von Reisenden mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen ist mit fast 50 % das Auto, die Bahn macht hingegen nur 7 % aus⁵. Das ist weniger der Vorliebe dieser Gäste für den Individualverkehr geschuldet, als vielmehr den großen Schwierigkeiten, die mit einer schienengebundenen An- oder Abreise verbunden sind.

Die Wesermarsch macht hier keine Ausnahme. Die Bahnhöfe der Strecke Bremen - Nordenham sind etwa für Rollstuhlfahrer nur bedingt geeignet, zudem fehlt es an zuverlässigen Reiseinformationen zur barrierefreien Zugänglichkeit der Züge und Bahnhöfe (einige diesbezügliche Angaben auf den Internetseiten der Deutschen Bahn sind schlichtweg falsch). Aufgrund des Betreiberwechsels von der Deutschen Bahn zur Nordwestbahn Ende 2010 ist die Zukunft der barrierefreien Zugänglichkeit der Strecke derzeit unklar.

Darüber hinaus ist die Fortbewegung mit dem ÖPNV innerhalb der Region aufgrund der geringen Netzdichte für alle Gäste schwierig. Linienbusse und Bürgerbus sind kaum barrierefrei zugänglich; eine Ausnahme bildet hier lediglich der „Wesersprinter“ (Buslinie 440), der z. B. über eine klappbare Rampe im hinteren Bereich verfügt.

Grundsätzlich problematisch ist die Benutzung von Fähren und Schiffen. Aus Sicherheitsgründen (etwa die Notwendigkeit der sicheren Schließung von Schotten) ist auf den Schiffen eine durchgängige Barrierefreiheit meist nicht möglich. Ein zusätzliches Problem ist der starke Tiedenhub, der das Gefälle einer Rampe zum

⁵ Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

Anleger bzw. das der Gangway zum Schiff deutlich variieren lässt. Das Servicepersonal der Schiffe ist jedoch in der Regel auf Gäste mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen eingestellt und wenn möglich behilflich.

3.1.3 Ankommen und Orientieren

Die Sehenswürdigkeiten der Wesermarsch sind aufgrund der bedeutenden Größe des Kreisgebietes sowie seiner ländlichen Strukturen oftmals weit voneinander entfernt, über das gesamte Kreisgebiet verteilt und nicht selten in abgelegenen Regionen gelegen. Somit verwundert es nicht, dass viele POI unzureichend beschildert und schwer zu finden sind.

Die Qualität der Beschilderung ist abhängig vom jeweiligen POI und durchaus unterschiedlich. Viele Hauptsehenswürdigkeiten - insbesondere im städtischen Bereich - sind gut ausgeschildert und leicht zu finden. Insbesondere die POI von nachrangiger Bedeutung in den peripheren Lagen der Wesermarsch sind oftmals jedoch für den Ortsfremden schwer zu finden (z. B. Strückhausener Kirchdorf).

Im bebauten Bereich finden sich zahlreiche Objekttafeln an z. B. Häusern von historischer Bedeutung oder als Schautafeln der „Maritimen Wege“. Insbesondere letztere sind häufig in einer auch für Kinder, kleinwüchsige Menschen oder Rollstuhlfahrer geeigneten Höhe angebracht und gut zu lesen. Zahlreiche Objekttafeln an Häusern hängen jedoch für diese Personen zu hoch und sind oftmals nicht blendfrei gestaltet oder/und zeigen eine zu geringe Schriftgröße.

Die Informationsvermittlung innerhalb der Einrichtungen, etwa bei der Beschreibung der Exponate, erfolgt meist ausschließlich visuell. Ein der wenigen Ausnahmen bilden hier die Schifffahrtsmuseen, die für ihre Gäste Audioguides bereit halten.

3.1.4 Wohnen und Schlafen

Da die Unterkünfte in privater Hand sind und somit nicht Gegenstand der Erfassung waren, wurden nur ausgewählte Beispiele besucht, die u. U. keine objektive Beurteilung der Beherbergungssituation erlauben.

Mit dem „Alten Internat“ in Tossens verfügt die Wesermarsch über einen kleinen Leuchtturm im barrierefreien Beherbergungsbereich. Diese Unterkunft eignet sich allerdings vor allem für Gruppen und bedient nicht die gehobenen Ansprüche etwa weiter Teile der älteren Generation. In dem hochpreisigeren Segment hat sich das „Hotel Am Markt“ in Nordenham positioniert, das ein barrierefreies Zimmer anbietet - das erfreulicherweise dem Prinzip des Designs für Alle folgt und keinesfalls das oftmals auffällige Krankenhausambiente vieler anderer barrierefreier Zimmer bietet.

Zum jetzigen Stand lässt sich jedoch feststellen, dass in der Wesermarsch Themen und Beherbergungskategorien unzureichend abgedeckt sind. So fehlt es barrierefreien Ferienwohnungen oder Hotels am Wasser. Insgesamt gibt es deutlich zu wenig barrierefreie Beherbergungsmöglichkeiten für Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen.

3.1.5 Service und Assistenz

Sehr positiv herauszuheben sind die Tourist-Informationen (TI) der Wesermarsch, die in aller Regel sowohl leicht zu finden als auch vorbildlich zugänglich sind. Bislang lagen den TIs allerdings keine dezidierten Angaben zu barrierefreien Angeboten vor - eine Situation, die sich durch dieses Projekt und die in Kürze entstehende Datenbank deutlich verbessern wird.

Es fehlt jedoch für die Gesamtregion eine zentrale Anlaufstelle für barrierefreien Tourismus für Alle, die vorliegende Informationen bündelt und als Schnittstelle zwischen den Leistungsträgern - auch untereinander - und den Gästen fungiert. So fehlt es etwa auch an einer zentralen Servicenummer, bei der Gäste Informationen zu barrierefreien Angeboten einholen oder Hilfe z. B. im Falle einer Havarie mit dem Rollstuhl (oder dem Fahrrad) einholen können.

Auf Ebene der Leistungsträger finden sich bereits jetzt zahlreiche gute Ansätze aus dem Bereich Service und Assistenz. In vielen Fällen ist das Servicepersonal im Umgang insbesondere mit älteren Gästen erfahren und hilfsbereit (Beispiel Personenschiffahrt). Einige Einrichtungen bieten darüber hinaus Hilfsmittel für Ihre Gäste an. Als Beispiel sei erneut das Schifffahrtsmuseum genannt, das kostenlos ausleihbare Klappstühle bereit hält, die der Besucher auf seinem Weg durch das Museum mitnehmen kann.

3.2 Derzeitige und zukünftige touristische Themen der Wesermarsch

Barrierefreier Tourismus für Alle darf nicht als Sonderthema verstanden werden! Barrierefreiheit an sich ist kein Reiseanlass, und die Reisemotivationen von Gästen mit Behinderungen unterscheiden sich nicht von denen der nichtbehinderten Gäste (vgl. Kapitel 4). Darüber hinaus versteht sich barrierefreier Tourismus für Alle vorrangig als ein Beitrag zu Komfort und Servicequalität, der allen Gästen zugutekommen soll.

Aspekte der Barrierefreiheit müssen sich als Querschnitt vielmehr in den Themen wiederfinden, mit denen sich die Wesermarsch schon jetzt am Markt positioniert hat und die vielfach den eigentlichen Reiseanlass der Gäste darstellen.

Wichtige Themen der Wesermarsch, die auch vorrangig in den Broschüren sowie im Internetauftritt der Region kommuniziert werden, sind derzeitig:

- Aktivurlaub (Rad, Reiten, Wassersport)
- Kunst & Kultur (Kirche, Bauwerke, Museen, Bühne)
- Naturerlebnis (Meer, Watt, Moor)
- Maritimes Flair (Häfen, Maritime Wege)
- Kulinarische Spezialitäten (Lammwochen, Ochsenwochen, regionale Spezialitäten)

Zurzeit wird der Schwerpunkt „Fahrradtourismus“ deutlich ausgebaut. Wesentliche Impulse werden im Bereich Naturerlebnis zukünftig für die Wesermarsch sowie für

die gesamte Küstenregion von der Ernennung des Wattenmeeres zum Weltnaturerbegebiet durch die UNESCO im Jahre 2009 ausgehen.

In diesen thematischen Feldern, die im Übrigen durchaus mit den im „Touristischen Zukunftskonzept Nordsee 2015“ genannten Handlungsfeldern in Einklang zu bringen sind, muss die barrierefreie Entwicklung der Wesermarsch verstärkt ansetzen.

Ein großes Plus der Wesermarsch besteht darin, dass sich bereits zum jetzigen Zeitpunkt barrierefreie Angebote in allen wichtigen touristischen Themen finden:

Das Thema **Aktivurlaub** wird insbesondere durch Wasser- und Stranderlebnis geprägt. So bieten das Strandbad Sehestedt und der FFN-Friesenstrand in Tossens eine gute Zugänglichkeit auf ebenen Wegen und eine entsprechende Infrastruktur mit barrierefreien Toiletten. Bei den Indoor-Einrichtungen sind z. B. das Aquafun in Tossens sowie die Spielscheune in Burhave hervorzuheben.

Zum Thema Naturerlebnis vermittelt der barrierefreie Kanuanleger in Wapelersiel, der zugleich als Angelplatz genutzt werden und von Rollstuhlfahrern angefahren werden kann.

Kunst und Kultur sind in der Wesermarsch barrierefrei erlebbar z. B. im Handwerksmuseum Ovelgönne, wie sich im Allgemeinen vor allem die Museen in der Region bei der Schaffung barrierefreier Angebote hervortun. Insbesondere die Schifffahrtsmuseen in Brake und Elsfleth haben im Zuge ihrer modernen museumspädagogischen Bemühungen zahlreiche Aspekte der Barrierefreiheit beachtet, wenngleich am Standort Brake beide Häuser für Rollstuhlfahrer in den oberen Etagen zurzeit noch nicht zugänglich sind. Potenziale bietet auch das Nationalparkhaus in Fedderwardersiel. Hier sollten vermehrt Angebote für Menschen mit Sinneseinschränkungen geschaffen werden, die auch anderen Besuchergruppen wie Familien mit Kindern zugutekommen.

Als geeignete Veranstaltungsstätte für Besucher mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen kann die BEGU in Lemwerder hervorgehoben werden.

Besonders gute barrierefreie Angebote finden sich im wichtigen Bereich des **Naturerlebnisses**. Mit den Wattmobilen, die auch Rollstuhlfahrern den Besuch des Watts erlauben, steht ein echtes Alleinstellungsmerkmal zur Verfügung, das durch zertifizierte Wattführer mit Erfahrung im Umgang mit behinderten Gästen komplettiert wird.

Gute Ansätze bieten auch der Salzwiesen-Erlebnispfad in Sehestedt sowie der benachbarte Bohlenweg durch das Schwimmende Moor. Insbesondere bei der Einrichtung des letzteren wurde auf eine barrierefreie Gestaltung der Zuwegung zur Beobachtungshütte geachtet.

Das **maritime Flair** der Wesermarsch lässt sich auch von mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Gästen erleben. So ist der Hafen von Fedderwardersiel auch für Rollstuhlfahrer problemlos zugänglich. Für viele Gäste ist auch die Fahrgastschiffahrt - vor allem dank der Hilfe des Servicepersonals - nutzbar, wenngleich hier die oben gemachten Einschränkungen gelten.

Die „Maritimen Wege“ in Elsfleth, Brake und Nordenham führen über weite Strecken über gut ausgebaute und bequem befahrbare Wege.

Die **kulinarischen Spezialitäten** werden vor allem durch private Gastronomiebetriebe abgedeckt, deren Erfassung nicht Aufgabe des Projektes „barrierefreie Wesermarsch“ war. Trotz der deshalb nur oberflächlichen Analyse der Gastronomie lassen sich z. B. mit dem Moorriemer Landcafé oder der Moorseeer Mühle barrierefreie Einrichtungen identifizieren, die über umfangreiche Erfahrungen mit mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Gästen (insbesondere älteren) verfügen.

Ein barrierefreies Angebot für aktive Gäste, insbesondere für Fahrradfahrer, bieten das Melkhus und die benachbarte Deichschäferei Feldhausen.

3.3 Zusammenfassung

Bereits zum jetzigen Zeitpunkt ist ein barrierefreies Urlaubserlebnis für mobilitäts- oder Aktivitätseingeschränkte Gäste in der Wesermarsch möglich!

Das liegt vor allem an den deutlichen **Stärken** der Region:

- Die touristischen Themen der Wesermarsch sind durchgängig mit barrierefreien Attraktionen besetzt, so dass jeder Gast das gesamte touristische Spektrum der Wesermarsch erleben kann.
- Darüber hinaus finden sich in den wichtigen Bereichen Beherbergung und Gastronomie gute Ansätze; insbesondere letztere bietet zahlreiche Angebote, die nicht nur barrierefrei zugänglich sind, sondern zugleich durch regionaltypisches Flair und Produkte aus der Region bzw. aus eigener Herstellung überzeugen.

Dabei dürfen die **Schwächen** der Region nicht übersehen werden, die trotz der positiven Ansätze in der Wesermarsch noch immer ein weites Handlungsfeld erschließen:

- Obwohl der Beherbergungssektor mit einigen guten Angeboten aufwartet, ist die Anzahl der barrierefreien Betriebe deutlich zu gering. Darüber hinaus fehlt es an differenzierten Angeboten, die die unterschiedlichen Erwartungen der Gäste an Lage, Komfort und Preisgefüge abdecken können.
- Wie in fast allen ländlich-peripheren Regionen ist der ÖPV nur unzureichend ausgebaut. Ein Gast - ob mit oder ohne Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen - wird das touristische Angebot der Wesermarsch in seiner ganzen Bandbreite nur mit dem eigenen PKW nutzen können.
- Zum jetzigen Zeitpunkt ist das Außenmarketing im barrierefreien Tourismus nur schwach entwickelt oder insbesondere auf Ebene der einzelnen Leistungsträger schlichtweg nicht vorhanden. Dies wird sich aufgrund der laufenden Aktivitäten der Touristikgemeinschaft Wesermarsch (das vorliegende Projekt, die Datenbank zu barrierefreien Angeboten etc.) deutlich verbessern. Problematisch ist jedoch, dass es an echten Leuchttürmen fehlt, die geeignet sind, aufgrund ihres Alleinstellungsmerkmals eine überregionale Strahlkraft zu entwickeln und die Aufmerksamkeit des Gastes auf die Wesermarsch zu lenken.

Die Wesermarsch ist auf einem guten Wege, sich im barrierefreien Tourismus für Alle zu profilieren. Ursächlich dafür sind neben den oben genannten „harten“ Angebotsfaktoren auch die für eine positive Entwicklung unabdingbaren „weichen“ Faktoren. Im Vergleich zu anderen deutschen Destinationen lässt sich in der Wesermarsch eine große Aufgeschlossenheit und ein hohes Interesse an einem komfortorientierten barrierefreien Tourismus für Alle erkennen. Das zeigt sich vor allem am Engagement (auch) der umsatzstarken Leistungsträger und der soliden Basis für ein erfolgreiches Innenmarketing, die durch die Zusammenarbeit der Leistungs- und Entscheidungsträger auf unterschiedlichen Ebenen gelegt wurde.

In der folgenden Zeit wird es wesentlich darauf ankommen, die vorhandenen „Stärken zu stärken“ und die Themenfelder, in denen Handlungsbedarf besteht, kontinuierlich zu verbessern.

4. Trends und Marktbedingungen im barrierefreien Tourismus für Alle

4.1 Soziodemographische Rahmenbedingungen

Die soziodemographischen Veränderungen in den Industriestaaten führen zu veränderten Rahmenbedingungen im Tourismus und somit auch zu Anspruchshaltungen gegenüber den Anbietern.

Die deutsche Wohnbevölkerung wird nach Prognose des statistischen Bundesamtes deutlich abnehmen (von heute rund 82 Mio. Menschen um je nach Szenario 10-17 % auf 69-74 Mio. Einwohner im Jahr 2050). Der Anteil der älteren Menschen nimmt im Zuge des Wandels bis 2030 stark und danach bis 2050 leichter zu. Die Familien- und Haushaltsstruktur verändert sich in Richtung kleinerer Haushalte. Dies geht einher mit der Auflösung traditioneller Familienformen, vor allem in städtischen Milieus.⁶

Folgende Faktoren sind für den Wandel maßgeblich verantwortlich und wirken auf die touristische Nachfrage zurück:⁷

- Wir werden weniger: Die Geburtenrate ist so niedrig, dass sich die Elternjahrgänge bei weitem nicht mehr vollständig durch die Geburt von Kindern ersetzen. Dadurch haben sich die Formen partnerschaftlichen Zusammenlebens verändert. Heirat und Kinder gehören nicht mehr zu jedem Lebensentwurf. Familien werden zu einem immer späteren Zeitpunkt des Lebensverlaufs gegründet. Die Zahl der geschiedenen Ehen ist hoch und immer mehr Kinder wachsen in sogenannten „Patchwork-Familien“ auf. Die Zielgruppe der Familien verliert schleichend an Bedeutung und ändert ihre Struktur. Der Familientourismus muss sich entsprechend anpassen.
- Wir werden älter: In dem Maße, wie geburtenstarke Jahrgänge das Rentenalter erreichen, nimmt auch die Zahl älterer Menschen zu. Diese an sich erfreuliche Entwicklung erhöht jedoch zwangsläufig die Zahl der Personen und ihre Verweildauer in den sozialen Sicherungssystemen, z. B. den Krankenkassen. Dies wird zu einer Verlagerung von Gesundheitsdienstleistungen aus dem gesetzlich finanzierten in das Selbstzahler-Segment führen. Zwar erhöht sich auch die Zahl der Jahre, die wir bei guter Gesundheit erleben, jedoch wird sich die Nachfrage nach gesundheitsorientiertem und v. a. präventionsorientiertem Tourismus sowie nach „generationsübergreifenden“ Angeboten deutlich erhöhen. Die Zielgruppe der so genannten „Best Ager“ gewinnt an Bedeutung.
- Wir werden bunter: Die Zuwanderung kann den sich derzeit vollziehenden Wandel in Deutschland weder stoppen noch umkehren. Sie gewänne nur dann an Bedeutung, wenn sehr viele junge Menschen nach Deutschland kämen. Angesichts der derzeitigen Rahmenbedingungen ist das noch eher

⁶ Vgl. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2008): Daten, Fakten, Trends zum demographischen Wandel in Deutschland. Wiesbaden 2008.

⁷ Ebd.

unwahrscheinlich. Gleichwohl ist mittelfristig mit einer steigenden Zuwanderung zu rechnen, die bedingt durch kulturelle Unterschiede auch auf das Reiseverhalten der Bevölkerung innerhalb Deutschlands rückwirkt.

- Die Entwicklung beschleunigt sich: Der heutige Altersaufbau ist selbst zu einem Beschleuniger des Alterns geworden, da geburtenstarke Jahrgänge in ein immer höheres Alter vorrücken und geringer besetzte Jahrgänge nachfolgen. Es reicht daher nicht, erst dann auf die Veränderungen zu reagieren, wenn sie offensichtlicher werden. Um auf den beschleunigten Wandel vorbereitet zu sein, müssen im Tourismus bereits jetzt die Voraussetzungen geschaffen werden. Grundsätzlich bedeutet ein Rückgang der Bevölkerung in Deutschland ein sinkendes Nachfragepotenzial, das langfristig nicht vollständig durch die wachsende Reiseaktivität älterer Menschen ausgeglichen werden kann. Daraus folgt unmittelbar ein wesentlich intensiverer Wettbewerb in den kommenden Jahrzehnten.

4.2 Design für Alle & Barrierefreiheit

Das Ziel, Barrierefreiheit in allen Bereichen zu schaffen, gewinnt vor allem vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in Deutschland an besonderem Gewicht, da mit dem Anstieg des Durchschnittsalters auch der Anteil älterer und behinderter Menschen zunimmt. Da viele chronische Erkrankungen und Behinderungen erst mit zunehmendem Alter auftreten, wird weltweit die Zahl der Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen proportional zur Altersentwicklung der Bevölkerung ansteigen.⁸ Einhergehend mit diesen Veränderungsprozessen steigt die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten, die von allen Gästen, unabhängig ihres Alters oder ihrer physischen Konstitution, genutzt werden können.

Wirtschaft und Politik orientieren sich in den vergangenen Jahren verstärkt am Konzept des „Design für Alle“. „Design für Alle“ ist nicht nur ein theoretisches Konzept, sondern umschreibt einen Planungs- und Gestaltungsprozess, der Zugänglichkeit und Nutzbarkeit für alle Menschen zum Ziel hat. Das bedeutet, dass Produkte und Dienstleistungen so gestaltet sein sollen, dass sie für einen möglichst großen Kundenkreis ohne Anpassung verwendbar und leicht auf verschiedene Anforderungen einstellbar sind, dass die Nutzung individueller Hilfsmittel möglich sein muss und dass die potenziellen Nutzer an allen Entwicklungsphasen beteiligt sind.⁹

Das Konzept des Designs für Alle nimmt dabei eine Perspektive ein, die nicht von möglichen Defiziten oder Einschränkungen, sondern von der menschlichen Vielfalt der Nutzer ausgeht, von Erweiterungen und Verbesserungen des Gebrauchs von

⁸ Vgl. Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

⁹ Vgl. Aragall, F., Neumann, P. & S. Sagramola (2008): ECA für Verwaltungen. Das Europäische Konzept für Zugänglichkeit für Verwaltungen. Deutsche Übersetzung des englischen Originals "ECA for Administrations". Berlin/Münster

Produkten und Dienstleistungen. Damit ist unmittelbar eine unternehmerisch und volkswirtschaftlich vielversprechende Dimension eröffnet, die Innovationen und Wertschöpfungen generiert.

4.3 Behinderte Menschen in Deutschland

Ungeachtet der Tatsache, dass alle Menschen von barrierefreien Angeboten profitieren¹⁰, sind es insbesondere behinderte Menschen, die auf solche Angebote angewiesen sind. Ihre Situation stellt sich wie folgt dar:

- Mit Stand vom 31.12.2007 lebten in Deutschland 6,9 Mio. schwerbehinderte Menschen, das sind 8,4 % der Bevölkerung. Der Anteil der Geschlechter unterscheidet sich nur gering (51,9 % Männer und 48,1 % Frauen)¹¹.
- Mit zunehmendem Alter steigt die Wahrscheinlichkeit einer Behinderung. So sind über 50 % aller schwerbehinderten Menschen 65 Jahre oder älter, während lediglich 4,5 % der Schwerbehinderten unter 25 Jahren sind.
- Mit fast 65 % handelt es sich bei der weitaus größten Zahl der Schwerbehinderungen um körperliche Behinderungen. Der Anteil der geistigen Behinderungen liegt bei knapp 10 %¹², der der sehbehinderten und hörbehinderten Menschen jeweils bei 5 %.¹³
- Die absolute Anzahl der schwerbehinderten Deutschen ist in den letzten Jahren gestiegen. Lebten in Deutschland im Jahre 1993 noch knapp 6,4 Mio. schwerbehinderte Menschen, waren es im Jahre 2007 bereits über 6,9 Mio.¹⁴. Dies ist im Wesentlichen eine Folge des Anstiegs des Durchschnittsalters der Bevölkerung bei einer geringen Zunahme der Gesamtbevölkerung resp. einer Stagnation der Bevölkerungszahl in den letzten Jahren.
- Aufgrund des demographischen Wandels ist in den nächsten Jahren mit einer Zunahme behinderter Menschen zu rechnen.
- Damit geht ein stetiges **Anwachsen der Nachfrage nach barrierefreien Urlaubsangeboten** allein durch die Gruppe der Menschen mit Mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Menschen einher.

¹⁰ Gem. der „10/30/100%-Regel“ ist Barrierefreiheit für 10 % der Bevölkerung (Menschen mit Behinderung) unentbehrlich, für 30 % (mobilitätseingeschränkte Menschen z. B. mit vorübergehenden Verletzungsfolgen, schwangere Frauen etc.) notwendig und für 100 % komfortabel

¹¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (2009): Statistik der schwerbehinderten Menschen 2007. Wiesbaden

¹² Vgl. ebd.

¹³ Bei diesen Zahlen muss berücksichtigt werden, dass vor allem der Anteil der sehbehinderten und hörbehinderten Menschen in der Bevölkerung zukünftig stark ansteigen wird.

¹⁴ Vgl. ebd.

4.4 Reiseverhalten von Deutschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen¹⁵

Menschen mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen zeigen mit 60,9 % eine geringere **Reiseintensität** als der Durchschnitt der Bevölkerung (74,7 %), jedoch ist ein Trend zu einer steigenden Reiseintensität zu erkennen. Das Alter spielt bei der Reiseintensität keine große Rolle mehr, erst ab einem Alter von über 70 Jahren nimmt sie ab. Auf der anderen Seite ist in den letzten Jahren ein überdurchschnittlicher Anstieg der Reiseintensität bei älteren Menschen zu verzeichnen.

Hinsichtlich der **Reisehäufigkeit** lässt sich sagen, dass, wenn mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Menschen eine jährlich Urlaubs- oder Kurzurlaubsreise unternehmen, sie dies im Durchschnitt genauso häufig tun wie die deutsche Gesamtbevölkerung (1,3 Urlaubsreisen (1,4 bei behinderten Reisenden) und 1,9 Kurzurlaubsreisen im Jahr).

Die **Reisedauer** der Haupturlaubsreise mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkter Menschen lag im Jahr 2006 im Durchschnitt bei 13,5 Tagen und unterscheidet sich somit nur unwesentlich von der der Gesamtbevölkerung mit 13,8 Tagen.

Die Haupturlaubsreisen der mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Personen sind von einer wesentlich geringeren **Saisonalität** geprägt als die der Gesamtbevölkerung. Zwar liegt der Zeitpunkt der Haupturlaubsreise bei den mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Personen ebenso in den Sommermonaten, wenn in ihrem bevorzugten Urlaubsziel Deutschland relativ günstige klimatische Bedingungen herrschen. Allerdings verlagern sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ihre Haupturlaubsreise stärker auf die anderen drei Jahreszeiten.

Die Betrachtung der letzten Haupturlaubsreise unterstreicht die Bedeutung inländischer **Reiseziele** für mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Menschen: 42,9 % der befragten mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Reisenden verbrachten ihren letzten Urlaub in Deutschland. Das sind fast 15 Prozentpunkte mehr als beim Durchschnitt der Gesamtbevölkerung.

Mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Reisende zeigen eine wesentlich deutlicher ausgeprägte **Reisegebietstreue**. Während 42,2 % aller Befragten angeben, das Ziel der Haupturlaubsreise im Jahre 2006 zum ersten Mal besucht zu haben, sind es bei den mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Gästen nur 33,9 %.

Hinsichtlich der durchschnittlichen **Reiseteilnehmerzahl** bei Haupturlaubsreisen zeigen sich kaum Unterschiede zwischen mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Personen (2,9 Teilnehmer pro Reise) und der Gesamtbevölkerung (3,0 Teilnehmer pro Reise). Allerdings reisen mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Personen (17,3 %) deutlich häufiger allein im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (12,7 %). Auch unternehmen mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Personen überdurchschnittlich oft zu zweit ihre Haupturlaubsreise (49,6 % zu 44,2 %). Bei

¹⁵ Vgl. Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

21,7 % der Haupturlaubsreisen von mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkten Reisenden sind Kinder unter 18 Jahren mit dabei, beim bundesweiten Durchschnitt sind es 30,4 %.

4.5 Typologie Reisender mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen

Da mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste sich in ihrer Reisemotivation nicht wesentlich vom Durchschnitt der Bevölkerung unterscheiden, stellen sie keine touristische Zielgruppe dar. Nur wenige Reisende mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen werden ihr Urlaubsziel nur aufgrund der dortigen barrierefreien Angebote auswählen. Sie entscheiden sich, wie alle anderen Reisenden auch, für eine Destination aufgrund ihrer Interessen und Vorlieben. Erst wenn diese grundsätzliche Entscheidung gefällt ist, werden sie sich an den barrierefreien Angeboten orientieren und ihre Auswahl an ihnen schärfen. Die einzigen Ausnahmen bilden hier vielleicht Reisegruppen mit einer großen Anzahl schwer- oder mehrfachbehinderter Menschen (z. B. aus Wohnheimen), deren geringes Budget, die notwendige räumliche Nähe zum Wohnort und der grundsätzliche Mangel an barrierefreien Gruppenunterkünften die Wahl des Urlaubsortes deutlicher determinieren als die Interessenlage der Teilnehmer.

Barrierefreiheit stellt somit ein zusätzliches Qualitätsmerkmal dar, das es in die bestehenden (und neuen) Attraktionen und Dienstleistungen innerhalb einer Destination zu implementieren und zu integrieren gilt.

Die Integration von Barrierefreiheit in touristische Angebote ist häufig mit Kosten verbunden, wenngleich diese meistens überschätzt werden. Die Integration muss dabei den Kriterien wirtschaftlicher Verhältnismäßigkeit genügen. Hier bietet das Modell der „Pyramide der Barrierefreiheit“¹⁶ einen Ansatz, um den Zusammenhang zwischen Investitionsvolumen, Ausmaß der Barrierefreiheit und der Zahl der Anbieter sowie der erreichten touristischen Nachfrager darzustellen.

Die Fläche der Pyramide (vgl. Abbildung 2) stellt den gesamten Markt barrierefreier touristischer Angebote in einer Region dar. Im Modell sind die touristischen Leistungen von unten nach oben hin immer mehr auf die individuellen Bedürfnisse der Nachfrager zugeschnitten; dementsprechend nimmt die realisierte Barrierefreiheit zu, wie auch das damit verbundene spezifische Investitionsvolumen.

Die Anzahl der Personen (die Größe der Nachfrage), die auf die steigende individuelle Anpassung der Angebote und höhere Investitionen angewiesen sind nimmt dementsprechend nach oben hin ab. So setzt sich die Pyramide aus verschiedenen, aufeinander aufbauenden Ebenen zusammen, deren Übergänge jedoch in der Praxis fließend sind.

Das Modell zeigt, dass es für die touristischen Leistungsträger abgestufte Möglichkeiten gibt, sich mit unterschiedlichem Kapitaleinsatz wirtschaftlich sinnvoll im Markt barrierefreier touristischer Angebote zu positionieren und in Barrierefreiheit zu investieren. Barrierefreie Angebote lohnen sich auf allen Ebenen

¹⁶ Vgl. Neumann, P. & P. Reuber (Hrsg.) (2004): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle: Langfassung einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Münster. (Münstersche Geographische Arbeiten 47).

der Pyramide.¹⁷ Allerdings gilt dabei immer auch folgende grundlegende ökonomische Erkenntnis: Ein Anbieter touristischer Leistungen wird nur dann in barrierefreie Angebote investieren, wenn er erwarten kann, dass die Umsätze durch die Erschließung neuer Kundengruppen durch barrierefreie Angebote deutlich höher sind als die Investitionskosten. Gemäß dieser Logik wird nicht jeder Anbieter touristischer Leistungen sein Angebot aus Eigeninteresse vollkommen barrierefrei gestalten, sondern nur soweit, wie diese Investitionen rentabel sind. So werden natürlich nicht alle Nachfragewünsche erfüllt, sondern nur die, die sich - ökonomisch betrachtet - „rechnen“. Dieser Zusammenhang wird durch die Verjüngung der Pyramide nach oben hin dargestellt.

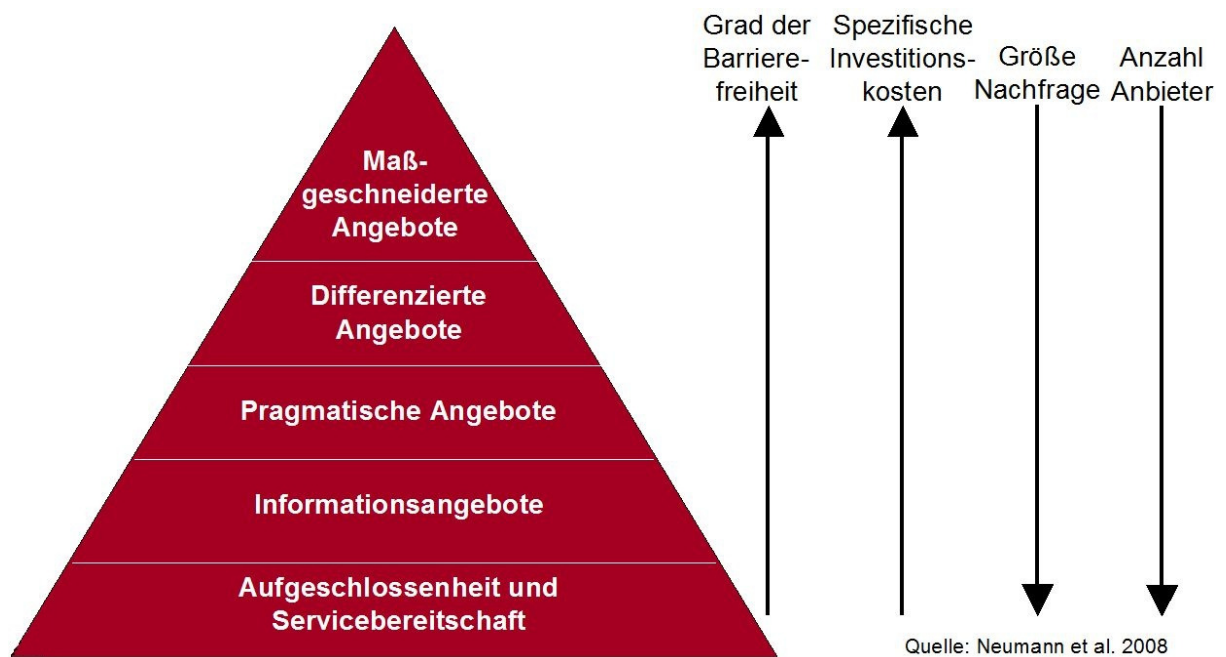


Abbildung 2: Pyramide der Barrierefreiheit (Quelle: Neumann, Pagenkopf, Schiefer & Lorenz 2008)

¹⁷ Vgl. Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

4.6 Fazit

- Im Verständnis eines Designs für Alle sollen Sonderlösungen vermieden werden. Stattdessen sollen Produkte, Dienstleistungen und die gebaute Umwelt so gestaltet sein, dass sie Ausschluss und Stigmatisierung entgegenwirken, d. h. weitestgehend funktional, leicht verständlich, sicher und ästhetisch sowie nachhaltig sind.
- Da mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste sich in ihrer Reisemotivation nicht wesentlich vom Durchschnitt der Bevölkerung unterscheiden, stellen sie keine homogene touristische Zielgruppe dar. Aufgrund der z. T. sehr individuellen Anforderungen an Barrierefreiheit bzw. Zugänglichkeit sowie Angebotsstruktur und Service (Hilfsmittel etc.), gibt es weder die Zielgruppe der „aktivitäts- oder mobilitätseingeschränkten Reisenden“ noch die Zielgruppe der „behinderten Reisenden“!
- Eine einseitige Spezialisierung auf beispielsweise eine Behinderungsform ist i. d. R. nicht marktorientiert und kann sogar zur Stigmatisierung und „Gettoisierung“ führen (so möchte z. B. die ältere Generation keine Produkte, die nur für „Senioren“ entwickelt werden). Zielführender ist es, bei der Infrastruktur- bzw. Angebotsplanung und -gestaltung ein inklusives Vorgehen im Sinne eines Designs für Alle zu wählen.
- Touristische Motive und Themen sind auch im barrierefreien Tourismus zentral. So wird kein „behinderter Reisender“ sein Urlaubsziel allein nur aufgrund der dortigen barrierefreien Angebote auswählen. Er entscheidet sich, wie alle anderen Reisenden auch, für eine Destination auf Basis seines Reisemotivs, aufgrund seiner Interessen und Vorlieben.
- Barrierefreiheit stellt somit ein zusätzliches aber wichtiges Qualitätsmerkmal dar, das in die bestehenden und neuen Angebotsstrukturen einer Destination zu implementieren und zu integrieren ist.

5. Empfehlungen zur Herstellung von barrierefreien Angeboten in der Wesermarsch

5.1 Entwicklungsstrategien und Leitlinien

Barrierefreie Angebote entwickeln sich in einer Tourismusregion oftmals aus, durchaus löblichen, Einzelinitiativen. Um eine Urlaubsregion aber erfolgreich auf dem Markt zu positionieren, ist eine strategische Herangehensweise unabdingbar, die von Beginn an möglichst alle Akteure auf regionaler und übergeordneter Ebene einbezieht.

Aus diesem Grunde werden im vorliegenden Kapitel strategische Empfehlungen gegeben, die sich bereits in anderen Destinationen bewährt haben.

Wie die Erfahrungen in ganz Deutschland zeigen, gibt es bestimmte Faktoren, die die Entwicklung einer Tourismusregion zu einer barrierefreien Destination positiv beeinflussen. Ein „Königsweg“ existiert allerdings nicht, vielmehr hängt der Erfolg in vielfacher Hinsicht von den Gegebenheiten vor Ort und den bereits geleisteten Vorarbeiten ab.

Insgesamt lassen sich **sieben Erfolgsfaktoren** identifizieren, die bei der Entwicklung einer barrierefreien Destination zu beachten sind¹⁸:

1. Engagement der Entscheidungsträger
2. Koordination und Kontinuität
3. Netzwerkarbeit und Partizipation
4. Strategische Planung
5. Qualifizierung und Wissenstransfer
6. Infrastruktur- und Angebotsentwicklung
7. Kommunikation und Vertrieb

Jeder der sieben Erfolgsfaktoren ist für sich genommen von großer Bedeutung, sie sind jedoch auch voneinander abhängig. Beispielsweise ist ohne das Engagement der zuständigen Tourismusorganisation resp. Tourismusmarketingorganisation sowohl eine koordinierte und kontinuierliche Arbeit als auch die Bildung eines erfolgreichen Netzwerks vor Ort kaum möglich.

Daher wird empfohlen, alle sieben Erfolgsfaktoren in der weiteren Entwicklung zu einer barrierefreien Destination zu berücksichtigen. Wenn einer oder mehrere der Erfolgsfaktoren fehlen oder im Verlauf des Entwicklungsprozesses außer Acht gelassen werden, besteht ein hohes Risiko, dass die erwarteten Ziele oder Ergebnisse nicht erreicht werden. Es lohnt sich daher, Initiativen oder Projekte, die ab einem bestimmten Zeitpunkt ineffizient oder beendet wurden, zu analysieren

¹⁸ Neumann, P., Pagenkopf, K., Schiefer, J. & A. Lorenz (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland: Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung. Eine Studie gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Münster, Berlin.

und zu untersuchen, ob einer oder mehrere der sieben Erfolgsfaktoren nicht ausreichend entwickelt oder gar nicht vorhanden waren.

Nicht nur für neue Schlüsselprojekte, sondern auch für laufende Initiativen ist es - wegen der entscheidenden Rolle der Faktoren - wichtig, ein umfassendes Verständnis von den jeweiligen Kriterien der sieben Erfolgsfaktoren zu erwerben.

Die wichtigsten Kriterien werden nachfolgend aufgelistet:

1) Engagement der Entscheidungsträger

- Entwicklungsprozess wird durch die Entscheidungsträger (Leiter Tourismusverband, Bürgermeister der Kommunen der Wesermarsch etc.) strategisch unterstützt und gesteuert: „Barrierefreier Tourismus für Alle ist Chefsache“!
- Bewusstsein und Motivation bei Stadtrat und Verwaltungsmitarbeitern für das Thema barrierefreier Tourismus für Alle ist vorhanden
- Politiker und Verwaltungsangestellte bringen sich regelmäßig in den Entwicklungsprozess mit ein
- Unterstützung und Legitimation durch z. B. Gemeinderatsbeschluss ist gegeben

2) Koordination und Kontinuität

- Finanzierung und Implementierung eines festen, hauptverantwortlichen operativen Koordinators (angesiedelt z. B. beim Tourismusverband) mit konkreten Zuständigkeiten ist erfolgt
- Nachhaltige Umsetzung der strategischen Planung ist gesichert (Festlegung eines definierten Budgets bei allen Planungsträgern)
- Barrierefreiheit ist als Thema/Handlungsfeld dauerhaft in allen Planungen/Programmen/Projekten verankert und wird entsprechend umgesetzt

3) Netzwerkarbeit und Partizipation

- Örtliches Netzwerk von touristischen Leistungs- und Entscheidungsträgern sowie Experten zum Thema Barrierefreiheit ist gegründet
- Zuweisung konkreter Zuständigkeiten und Aufgaben innerhalb des Netzwerks ist erfolgt
- Alle vom Prozess Betroffenen („Stakeholder“) sind identifiziert und werden von Beginn an einbezogen

4) Strategische Planung

- Barrierefreiheit / Design für Alle ist in Tourismus- und Marketingleitbildern sowie Fachplänen berücksichtigt
- Erstellung eines Tourismuskonzeptes mit Leitbild ist verabschiedet: Festlegung von Strategien, Aktivitäten, Themenverbindungen und zukünftigen Zielgruppen
- Maßnahmenprogramm/Fahrplan ist erarbeitet: Definition von Schlüsselprojekten, Festlegung von Maßnahmen
- Verankerung von Barrierefreiheit / Design für Alle in Ausschreibungen und Fördermittelvergaben, Konzessionen ist erfolgt
- Permanente Qualitäts- und Erfolgskontrolle ist durch Fortschreibung des Tourismuskonzeptes (Masterplan Barrierefreier Tourismus) eingeleitet (z. B. jährliche Bestandsaufnahme, Fortschreibung ca. alle 5 Jahre)

5) Qualifizierung und Wissenstransfer

- Handlungsbedarf ist identifiziert; Sensibilisierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für touristische Entscheidungs- und Leistungsträger werden regelmäßig durchgeführt
- Erfahrungsaustausch mit benachbarten Tourismusregionen in Niedersachsen (Langeoog u. a.) sowie mit vergleichbaren Tourismusregionen bundesweit (z. B. Fränkisches Seenland oder „Arbeitsgemeinschaft Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“) ist eingeleitet
- Überregionaler Erfahrungsaustausch (deutschland- und europaweit) mit Regionen, die sich im barrierefreien Tourismus profiliert haben, ist eingeleitet

6) Infrastruktur- und Angebotsentwicklung

- Handlungsbedarf ist identifiziert und pragmatische (Zwischen-)Lösungen werden entwickelt
- Personelle/finanzielle Ressourcen für den barrierefreien Ausbau der Infrastruktur und Dienstleistungen werden eingeplant bzw. beantragt und stehen zur Verfügung
- Zentrale touristische Angebote (Hauptanziehungspunkte wie Watt und Meer der Wesermarsch) und Dienstleistungen werden schrittweise barrierefrei zugänglich und nutzbar (um-)gestaltet
- Barrierefreie Produkte und Dienstleistungen werden entsprechend der Vielfalt der Gäste themenorientiert angeboten
- Dauerhafte Bereitstellung von Ressourcen ist gesichert

7) Kommunikation und Vertrieb

- Handlungsbedarf ist identifiziert und Lösungen in der Informationsvermittlung werden entwickelt
- Kontinuierliche Öffentlichkeits- und Medienarbeit zum Thema barrierefreier Tourismus für Alle ist eingeleitet
- Zentrale touristische Angebote (Hauptanziehungspunkte) und Dienstleistungen werden vermarktet
- Regelmäßige Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen ist gewährleistet

Im Rahmen des Umsetzungsprozesses zur Entwicklung der Wesermarsch zu einer barrierefreien Modellregion sind strategische Partnerschaften mit regionalen Akteuren und die Orientierung an übergeordneten Ebenen (Landes-, Destinationsebene) von entscheidender Bedeutung. Insbesondere ist hierbei die abgestimmte Infrastruktur- und Angebotsentwicklung sowie Kommunikation und Vertrieb mit regionalen und landweiten Partnern für den Erfolg wichtig.

Die barrierefreie Entwicklung einer Region ist kein Selbstläufer! Die Chancen, die sich in der Region ergeben, müssen konsequent genutzt werden. Trotz vorhandener rechtlicher und baurechtlicher Vorgaben ist ein ständiges Eingreifen in die Planung und eine Überprüfung ihrer korrekten Umsetzung unabdingbar. Wie zahlreiche Beispiele zeigen, verfügen Architekten, Bauunternehmer, Handwerker und leider auch die zuständigen Kontrollinstanzen der Bauaufsicht oftmals nur über unzureichende Kenntnisse in der barrierefreien Planung und Gestaltung.

5.2 Handlungsempfehlungen

Ausgehend von den im vorhergehenden Kapitel beschriebenen Erfolgsfaktoren und den Ergebnissen der Analyse der Angebote vor Ort lassen sich für die Wesermarsch konkrete Handlungsempfehlungen ableiten. Zur leichteren Orientierung sind sie in die Handlungsfelder Angebots- und Infrastruktur (ab 5.2.1), Außenmarketing (ab 5.2.18) und Innenmarketing (ab 5.2.22) eingeteilt, wobei es zwischen den Handlungsfeldern durchaus Überschneidungen gibt.

5.2.1 *Ausbau vorhandener barrierefreier Attraktionen zu „Leuchttürmen“ entlang der touristischen Servicekette*

Beschreibung	Vorhandene Angebote, die sich bereits zum jetzigen Zeitpunkt für die Vermarktung im barrierefreien Tourismus eignen, werden ausgebaut zu barrierefreien „Leuchttürmen“
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung barrierefreier Alleinstellungsmerkmale für die Wesermarsch • Gezielte Vermarktung besonders attraktiver Angebote, um den Gästen die Positionierung der Wesermarsch im barrierefreien Tourismus zu verdeutlichen • Schaffung von „Good-Practice-Beispielen“, die anderen vergleichbaren Projekten als Vorbild dienen können
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Identifizierung geeigneter Angebote. Empfehlung: <ul style="list-style-type: none"> - Beherbergung: Altes Internat Tossens als Gruppenunterkunft mit attraktivem Preisgefüge (Kapitel 5.2.3) - Beherbergung: Hotel Am Markt Nordenham als Individualunterkunft im gehobenen Preissegment (Kapitel 5.2.3) - Beherbergung: sukzessive barrierefreie Optimierung und Entwicklung des Sunparks, v. a. bei Erweiterungs- und Neuinvestitionen (siehe u. a. Kapitel 5.2.2) - Gastronomie: Morriemer Landcafé (Kapitel 5.2.4) - Naturerlebnis: Salzwiesen-Erlebnispfad (Kapitel 5.2.7) - Aktiv: Friesenstrand, Nordseelagune (Kapitel 5.2.5) - Gästeführungen: Wattwanderung mit zertifiziertem Wattführer und Wattmobilen (Kapitel 5.2.13) - Kultur: Schifffahrtsmuseum Brake/Elsfleth (Kapitel 5.2.8) • Prioritäre Bewerbung der Leuchtturmangebote • Entwicklung von Pauschalen, die die „Leuchtturmangebote“ beinhalten (Pauschalen haben den Vorteil, dass sie den Gästen auf einen Blick die Hauptattraktionen vor Augen führen, auch wenn die Pauschale nicht gebucht wird)
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Sukzessive bis 2015
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungsträger

-
- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• für die überregionale Vermarktung: Touristikgemeinschaft Wesermarsch |
|--|--|
-

5.2.2 Barrierefreie Planung / Umsetzung bei neuen Infrastrukturprojekten in der Wesermarsch

Beschreibung	<p>Auf dem Weg zu einer barrierefreien Destination ist die konsequente Beachtung barrierefreier Belange bei neuen Infrastrukturprojekten / Erneuerung (z. B. Sunpark, Seepark Burhave) unbedingt zu verfolgen. Für die barrierefreie Entwicklung sind die entsprechende Förderkulisse und die Schaffung von Anreizen zu schaffen. Zu nennen sind etwa</p> <ul style="list-style-type: none"> • frühzeitige Beachtung des Aspekts Barrierefreiheit / Design für Alle bei Planung, von Infrastruktur sowie Dienstleistungen, Services, Angeboten (Einsparung eventueller Mehrkosten) • Einbeziehung von Behindertenverbänden, Experten und Betroffenen • Prinzipien des Designs für Alle in Ausschreibungs- und Vergabeverfahren zwingend vorschreiben • Finanzielle Förderung von Leistungsträgern bei barrierefreien Um- und Neubauten (Beispiel: Förderungen werden als Zuschuss in Höhe von bis zu 50 % gewährt. Die Höhe der gewährten Förderung richtet sich nach den Umständen des Einzelfalls und ist auf maximal 5.000 Euro begrenzt. In den Gesamtkosten enthaltene Planungskosten (z.B. für Architekten oder Sachverständige) sind förderbar)
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau barrierefreier Infrastruktur • Sicherung der „Demographiefestigkeit“
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Konsequente Beachtung bei Infrastrukturprojekten (Ausschreibungen etc.) • Eruiierung der Fördermöglichkeiten sowie deren Erweiterung und ggf. Formulierung passgenauer Förderprogramme • Information der Leistungsträger/Kommunen • Überprüfung der Umsetzung, ggf. Verbesserungen einfordern bzw. Fördergelder zurückfordern
Priorität	Hoch
Termin / Frist	2011/2012
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis Wesermarsch • Kommunen

5.2.3 Kampagne „Barrierefreie Unterkünfte in der Wesermarsch“

Beschreibung	<p>Die Unterkünfte der Wesermarsch müssen für verschiedene Gästegruppen, die komfortable, barrierefreie Unterkünfte wünschen, umgebaut bzw. umgestaltet werden.</p> <p>Barrierefreie Unterkünfte bedienen auch den Wunsch der Gäste nach Komfort und sind ein Beitrag zur Familien- und Kinderfreundlichkeit (z. B. großzügig bemessene Duschen mit flacher Duschtasse).</p> <p>Neben den infrastrukturellen Verbesserungen ist die Serviceorientierung von herausragender Bedeutung. Vermieter müssen mit den Bedürfnissen ihrer Gäste vertraut sein.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Erschließung neuer Gästegruppen durch Angebote für z. B. mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste und ältere Gäste • Erhöhung des Komforts für neue Zielgruppen und Stammgäste • Schaffung eines Alleinstellungsmerkmals für die Wesermarsch
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung von Sensibilisierungsmaßnahmen, um die Bedeutung des Themas Barrierefreiheit bekannt zu machen • Information der Vermieter durch die Touristikgemeinschaft Wesermarsch • Eigeninitiative der Vermieter zur Prüfung von Verbesserungsmöglichkeiten im eigenen Betrieb • Hinzuziehen von Experten (Planer und Architekten), die die Gegebenheiten individuell prüfen und Verbesserungsvorschläge unterbreiten • Individuelle Abwägung der Kosten und des zu erwartenden Nutzens • Finanzierung der einzuleitenden Maßnahmen prüfen (Förderung durch Land und Gemeinde, Tourismusförderung, EU-Projekte wie LEADER etc., vgl. auch Kapitel 5.2.2) • Durchführung der Umbau- bzw. Gestaltungsmaßnahmen. Nähere Informationen zu Empfehlungen für den Beherbergungsbereich finden sich im „Handbuch für Touristiker, Kapitel 4.2) • Einbindung der durchgeführten Maßnahmen in das Außenmarketing • Regelmäßige serviceorientierte Schulungen der Anbieter
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Kampagnenbeginn 2011, Umsetzung sukzessive bis 2015
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungsträger des Gastgewerbes • Touristikgemeinschaft Wesermarsch

5.2.4 Gastlichkeit für Alle in der Wesermarsch

Beschreibung	Gastronomiebetriebe in der Wesermarsch sind sukzessive hinsichtlich Barrierefreiheit zu optimieren. Zielführend sind pragmatische Lösungen bei baulicher Infrastruktur, Optimierung/Erweiterung des Speiseangebotes sowie v. a. des Services durch sensible, aufmerksame und qualifizierte Gastronomen. Neben der Qualifizierung (z. B. über Themen wie Lebensmittelunverträglichkeit, Allergien etc.) sind auch Informationsveranstaltungen zu Fördermöglichkeiten, Schaffung von Investitionsanreizen/-programmen sowie die gemeinsame Vermarktung (Internet, ggf. Flyer) notwendig.
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung/Schulung der Gastgeber • Schaffung von pragmatischen Lösungen • Initiierung nachhaltiger Qualitätsprozesse
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Systematische Erfassung der Betriebe hinsichtlich Problemen, Barrieren, Lösungsansätzen • Entwicklung von konkreten Angeboten und baulichen Lösungen (z. B. über Inhouse-Coaching, vgl. Kapitel 5.2.23) • Integration in Curriculum • Durchführung von Informations- und Sensibilisierungsveranstaltung • Durchführung von Coaching und Schulungen (vgl. Kapitel 5.2.23) • Einbeziehung von Experten sowie Kooperation mit Planern, Architekten und Handwerkern • Kommunikation der „barrierefreien Gastronomieerlebnisse“ / „Barrierefrei Einkehren“
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Beginn 2010/2011
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Planung/Koordinierung: Touristikgemeinschaft Wesermarsch • Teilnahme: Einrichtungen/Leistungsträger

5.2.5 Barrierefreier Wassertourismus für Alle

<p>Beschreibung</p>	<p>In der Wesermarsch ist das profilgebende Thema „Wassertourismus“ („an und auf der Nordsee“) barrierefrei zu gestalten, angebotsseitig zu untersetzen und zu vermarkten. Hierzu werden folgende Maßnahmen empfohlen, die auch u. a. für die Zielgruppe der Familien deutliche Qualitätsverbesserungen mit sich bringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leuchtturmprojekt: Entwicklung der Nordseelagune als „barrierefreies Wassererlebniszentrum für Alle“: barrierefreier Zugang zum Gelände, barrierefreie Wasser-/Strandzugänge, barrierefreie Sanitäranlagen, Strandmatten-/Bohlenweg-System, barrierefreie Gastronomie, ggf. Mehrgenerationenspielplatz • Leuchtturmprojekt: Entwicklung des Friesenstrandes zum „barrierefreien Strand- und Wassererlebnisbereich für Alle“ mit Optimierung von u. a. Sanitäranlagen, Strandmatten-/Bohlenweg-System, barrierefreie Gastronomie (Absenkung der Counter u. a.), ggf. Mehrgenerationenspielplatz (Kapitel 5.2.14) • Barrierefreie Sportboothäfen / Anleger: u. a. barrierefreie Gestaltung der Marina-Serviceangebote (barrierefreie Sanitäranlagen), Möglichkeiten zur barrierefreien Optimierung der Anlegersysteme prüfen, Chancen für Entwicklung barrierefreier Marina-Pilotprojekte (z. B. barrierefreie Services, Hublifter-Systeme) • Optimierung der barrierefreien Zugänglichkeit/Erlebbarkeit der Fahrgastschiffahrt (z. B. WEGA II, Rampenlösung optimieren) • Entwicklung barrierefreier Wassersportangebote: z. B. Barrierefreies Kite-Surfen, barrierefreie Segelboote, Kursangebot für mobilitäts- und aktivitätseingeschränkte Menschen • Aufbau eines Netzes barrierefreier Strand-/Wasserzugänge: z. B. Nordseelagune/Friesenstrand (siehe oben) • Netzausbau barrierefreier Angelplätze, Optimierung des Angelplatzes Wapelsiel (barrierefreie Sanitäranlage, Sanierung des Böschungsbereichs, Handläufe etc.)
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maritimes Erlebnis/Wassererlebnis stärken • Schaffung barrierefreier Alleinstellungsmerkmale für die Wesermarsch im profilgebenden Bereich Wassertourismus • Gezielte Vermarktung besonders attraktiver Wassertourismusangebote • Schaffung von „Good-Practice-Beispielen“ (Leuchtturmprojekten)
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung/Optimierung der Zugänglichkeit und Erlebbarkeit • Entwicklung von barrierefreien Hauptattraktionen/Erlebnissräumen (barrierefreie Leuchtturm-, Impuls- und Pilotprojekte) • Attraktive und deutliche Kommunikation
<p>Priorität</p>	<p>Hoch</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>Beginn 2010/2011; fortlaufend</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Betreiber der Einrichtungen / Leistungsträger • Kommunen

5.2.6 Barrierefreier Radtourismus in der Wesermarsch

<p>Beschreibung</p>	<p>Allgemein sind im Bereich des Fahrradtourismus weitere Infrastruktur- und Serviceoptimierungen zu verfolgen. Hierzu zählen u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • praxistaugliche Fahrrad-Abstellanlagen in ausreichender Zahl vor Museen, TI und weiteren POI • Bordsteinabsenkungen, Verwendung geeigneter Oberflächen • Rad-Service: Pumpstationen, Werkzeugangebot, Ladestation für Elektro-Rollstühle etc. <p>Darüber hinaus sind für aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste „Special-Interest-Angebote“ zu schaffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radtouren auf Tandems, Rollfietsen und Handbikes • Ausleih- und Servicestationen für Handbikes, Rollfietsen, Tandems <p>Weiterhin ist zu prüfen, in wie weit ein Leuchtturm-/Pilotprojekt durch barrierefreie Radwege geschaffen werden kann: z. B. „Barrierefreier Weserradweg“ in Kooperation mit den Anrainer-Regionen sowie regionales Projekt „barrierefreie(r) Radweg(e) in der Wesermarsch“. Diese Projektansätze sind geeignet, die Aspekte Fahrrad- und Familienfreundlichkeit sowie Barrierefreiheit zu verbinden.</p> <p>Zu prüfen ist die regelmäßige Ausrichtung einer (barrierefreien) Großveranstaltung mit überregionaler Bedeutung: 1 bis 3 Tage per Rad/Tandem/Handbike durch die Wesermarsch mit mobilen Stationen, Verpflegung, Rahmenprogramm etc. (große Attraktivität für den niederländischen Markt)</p>
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung der Infrastruktur-, Angebots- und Servicequalität im Rad- und Barrierefreien Tourismus • Neue Zielgruppen
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Detailliertes Entwicklungs- und Handlungskonzept (inkl. Aktionsplans) zur Erhöhung der radtouristischen Infrastruktur-, Angebots- und Servicequalität • Informationsworkshops für Leistungsträger, Kommunen zur Optimierung der radtouristischen Infrastruktur-, Angebots- und Servicequalität u. a. mit ADFC • Entwicklungskonzept „barrierefreie Radwege in der Wesermarsch“ • Entwicklungskonzept / Machbarkeitsstudie „Barrierefreier Weserradweg“
<p>Priorität</p>	<p>Hoch</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>Beginn 2011; bis 2015</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis/Kommunen; Landesbetrieb Straßenwesen • Leistungsträger • Unterstützung durch Touristikgemeinschaft Wesermarsch

5.2.7 Barrierefreies Weltnaturerbe Wattenmeer für Alle

<p>Beschreibung</p>	<p>Ein zentrale, überregional vermarktungsfähiges Thema der Wesermarsch ist das „Weltnaturerbe Wattenmeer“, das für Alle erlebbar zu gestalten ist. Dabei sind barrierefreie Attraktionen und Erlebnisbereiche zu schaffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leuchtturmprojekt: Entwicklung eines Barrierefreien Infozentrums Museum Nationalparkhaus Fedderwardersiel (Einbau eines Fahrstuhls, barrierefreie Gestaltung der Ausstellungsmodule, Museumspädagogik für Alle u. v. m.) • (Weiter-)Entwicklung eines Netzes „Barrierefreie Anker- und Naturerlebnispunkte“: u. a. Optimierung der Lehrpfade Salzwiesenpfad und „Schwimmendes Moor“, Ausbau der Nationalpark-Erlebnisstation (Sehestedt) • Entwicklung weiterer barrierefreier Erlebnis- und Aussichtspunkte (z. B. entlang der Weser bzw. an Nordseeabschnitten) zum Thema Weltnaturerbe Wattenmeer • Umsetzung barrierefreier Leitsysteme • „Wattwanderungen, Vogel-, Naturbeobachtungen für Alle und mit allen Sinnen“ • Umweltbildung: integrative Schulprogramme, „Mit allen Sinnen“, Spezialangebote • Sicherung und Ausbau des Wattmobilnetzes • Qualifizierung und Zertifizierung weiterer Watt- und Naturführer
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsseitige Untersetzung und Profilierung: Schaffung barrierefreier Angebote rund um das Thema „Weltnaturerbe für Alle“ Alleinstellungsmerkmale für die Wesermarsch • Schaffung von barrierefreien Leuchtturmprojekten („Good-Practice-Beispielen“) als Entwicklungsimpuls und mit Vorbildcharakter
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung / Optimierung der Zugänglichkeit und Erlebbarkeit • Entwicklung von barrierefreien Hauptattraktionen / Erlebnisräumen (barrierefreie Leuchtturm-, Impuls- und Pilotprojekte) • Attraktive und deutliche Kommunikation
<p>Priorität</p>	<p>Hoch</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>Beginn: 2011; Sukzessive 2015</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nationalpark • Betreiber der Einrichtungen • Kommunen

5.2.8 Barrierefreies Kulturerlebnis

<p>Beschreibung</p>	<p>Das Kulturangebot mit den „wesermarschtypischen“ Attraktionen und Themen ist sukzessive barrierefrei zu entwickeln. Folgende Maßnahmen werden empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leuchtturmprojekt: Entwicklung der Schiffahrtsmuseen als barrierefreie Attraktionen für Alle“ / Optimierung der Zugänglichkeit/Erlebbarkeit: <ul style="list-style-type: none"> - Fahrstuhllösung prüfen - barrierefreier Eingangsbereich (Counter absenken etc.) - zugängliche Ausstellungselemente (akustisch oder taktil, zugängliche Objekte; niedrige Vitrinen, große Schrift, einfache Texte für seh- und geistig-behinderte Menschen etc.), tastbare Raumübersichtspläne - interaktive Elemente: tastbares Bodenleitsystem, Medienstationen - Führung in Gebärdensprache, Audioführungen (im DAISY-Format (Digital Accessible Information System), in leichter Sprache etc.; Museumspädagogische Programme für geistig- und lernbehinderte Besucher • Pilotprojekt „Kultur für Alle“: Optimierung der Kultureinrichtungen in der Wesermarsch hinsichtlich barrierefreier Zugänglich- und Erlebbarkeit • Pilotprojekt „Events für Alle“: Entwicklung von barrierefreien Events / tourismusrelevanten Veranstaltungen für Alle
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung / Optimierung der Zugänglichkeit und Erlebbarkeit von Kulturangeboten • Entwicklung von barrierefreien Leuchtturm- und Pilotprojekten • Attraktive und deutliche Kommunikation
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzungs- und Fördermöglichkeiten prüfen • Detaillierter Check der Einrichtungen hinsichtlich barrierefreier Kompetenz (Service, Mystery-Check u. a.), individualisierte Handlungsprogramme zur Optimierung der Zugänglichkeit/Servicequalität, gemeinsamer Workshop und Schulung mit Kulturträgern • Prüfung der Events / tourismusrelevanter Veranstaltungen hinsichtlich barrierefreier Erlebbarkeit/Zugänglichkeit, Erarbeitung eines Aktionsplans (Was ist zu beachten? Was ist zu optimieren? etc.)
<p>Priorität</p>	<p>Mittel</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>Beginn 2010/2011; fortlaufend</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Betreiber der Einrichtungen / Leistungsträger • Kommunen

5.2.9 Barrierefreier Gestaltung von Rund- und Wanderwegen

Beschreibung	Bei der Anlage von Wander- und Spazierwegen ist von Beginn an auf eine barrierefreie Gestaltung zu achten. Bei bereits bestehenden Wegen können Umbaumaßnahmen z. B. bei ohnehin anstehenden Instandhaltungsmaßnahmen berücksichtigt werden
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Netzes von barrierefreien Wegesystemen • Schaffung barrierefreier Erlebnisräume
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Rückbau von Stufen und engen Kurven • Stufenlose Anlage von Brücken, Breite der Brücke mind. 1,5-1,8 m mit Abrollschutz (ca. 10 cm hohe Kante), der, kontrastreich gestaltet, auch als Leit- und Orientierungslinie für Menschen mit Sehschwierigkeiten dient • Durchgängige Breite der Wege von 1,5-1,8 m; bei Nebenwegen von mind. 0,9 m. Bei Wegbreiten von weniger als 1,8 m werden in Sichtweite voneinander Begegnungsflächen von mind. 1,8 x 1,8 m angelegt; Einhaltung eines Freiraums in der Höhe von 2,3 m • Wegebelag muss fest, eben, fugenarm und rutschfest sein, um z. B. eine leichte und erschütterungsfreie Befahrung mit Rollstuhl und Kinderwagen zu gewährleisten • Sicherung der Wegeränder durch Kantsteine, um Abbrüche zu verhindern und Menschen mit Sehschwierigkeiten Orientierungshilfe zu geben; wo keine Kantsteine verwendet werden, bietet sich ein Leitsystem aus wegeparallelen Holzbalken (ca. 0,1 m Durchmesser) in einer Höhe von 0,25 m an • Längsgefälle darf max. 6 %, Quergefälle max. 2 % betragen (um oberflächlichen Wasserabfluss zu gewährleisten, kann auch ein Dachprofil gewählt werden, das das mittige Befahren ermöglicht) • Wenn Umlaufstellen zum Fernhalten des motorisierten Verkehrs angelegt werden müssen, beträgt die Breite der Einfahrt in die Umlaufschranken 1,5 m, der Abstand der parallel laufenden Metallbügel 1,3 m. Besser geeignet als Umlaufschranken sind jedoch stabile Poller mit einem Abstand von 0,9 m. Viehgatter auf den Deichen sollten leicht zu öffnen sein • Absicherung von Gefahrenstellen mit einer Brüstung von 1 m Höhe • Anbringen von Bodenindikatoren (z. B. Aufpflasterung, eingearbeitete Holzbalken) als Hinweis auf Verweilstellen, Infotafeln und Wegekrenzungen • Aufstellung einer ausreichenden Anzahl von Ruhebänken. In stark frequentierten Bereichen, z. B. in Siedlungsnähe, sollten ca. alle 100 m Bänke mit Rücken- und Armlehne, waagerechter Sitzfläche in einer Höhe von 0,48-0,5 m, mit einer Tiefe von 0,4-0,42 m aufgestellt werden • Auf eine ausreichende Beleuchtung der Wege ist zu achten
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Start 2011; fortlaufend
Zuständigkeit	Kommunen

5.2.10 Barrierefreies Gestaltung des öffentlichen Raumes in der Wesermarsch

Beschreibung	<p>Für die barrierefreie Erlebbarkeit der Wesermarsch ist der öffentliche Raum sukzessive zu optimieren. Folgende Ansätze sind zu verfolgen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung der Stadtmöblierung v. a. im Bereich der Sehenswürdigkeiten, Tourismus-Infos, zentralen Plätzen, Maritime Meile (u. a. Sitzelemente mit Sitzflächen in unterschiedlicher Höhe, Anbringung von Armlehnen beidseitig, deutlicher Kontrast der Sitzfläche zum Bodenbelag) • Entwicklung barrierefreier Ausstattung entlang von Wander- und Radwegen (barrierefreie Schutzhütten, Picknickbereiche etc.) • Beachtung des Prinzips des Designs für Alle bei Treppen: gerade Läufe und Setzstufen, griffsichere und umgreifbare Handläufe, Warnvorkehrungen bei Gefahrenstellen; Markierungselemente, Aufmerksamkeitsfelder u. v. m. • Beachtung des 2-Sinne-Prinzips • Siehe hierzu auch im „Handbuch für Touristiker“ Kapitel 4.6
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raumes
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Festlegung einer Bedarfsliste • Definition von Prioritäten („Prioritätenliste“) • Berücksichtigung bei anstehenden Straßenbaumaßnahmen, Stadtraumgestaltungen etc. • Berücksichtigung bei Ausschreibungen, Vergabeverfahren (vgl. Kapitel 5.2.2)
Priorität	Mittel
Termin / Frist	Sukzessive bis 2015
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis • Kommunen

5.2.11 Barrierefreie Gestaltung von Informations- und Leitsystemen (Informationstafeln, Objekttafeln, Wegweiser etc.)

Beschreibung	<p>Von Beginn an ist bei der Planung und Umsetzung neuer Informations- und Leitsysteme auf eine barrierefreie Gestaltung zu achten. Bei bereits bestehenden Leitsystemmodulen sind sukzessive Optimierungen z. B. bei Erneuerungs- und Instandhaltungsmaßnahmen zu berücksichtigen.</p> <p>Umsetzungsempfehlungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tastmodelle von z. B. einzelnen Landschaftselementen sind nicht nur für Menschen mit Sehschwierigkeiten geeignet, sondern auch für Kinder und alle Erwachsene. • Bei den Elementen der Informations- und Leitsysteme ist darauf zu achten, dass sie barrierefrei gestaltet werden. • Barrierefreie Gestaltung der Objekttafeln: Ansprechen aller Sinne: <ul style="list-style-type: none"> - Tastmodelle, Pyramidenschrift, Riechproben bei Kräutern etc. - Unterfahrbarkeit der Objekttafeln für Rollstuhlfahrer (mind. 0,67 m Höhe) - Verwendung interaktiver Elemente - Bei allen Objekttafeln ist darauf zu achten, dass sie familien- und kindgerecht gestaltet werden (inhaltlich und formal, mittlere Ablesehöhe ca. 1,3 m, damit sie auch von Kindern und Rollstuhlfahrern einsehbar sind) • Siehe hierzu auch im „Handbuch für Touristiker“ Kapitel 4.7
Ziel	Ermöglichung sicherer und zielführender Orientierung für Alle (mobilitäts- und aktivitätseingeschränkte Menschen, Kinder, ältere Menschen etc.)
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung bei Ausschreibungen von Leitsystemprojekten (Anforderungsprofil für Bieter etc.; vgl. Kapitel 5.2.2) • Einbeziehung von Experten, Behindertenverbänden
Priorität	Mittel
Termin / Frist	Start 2011; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunen • Leistungsträger

5.2.12 Ausbau der barrierefreien Serviceeinrichtungen

Beschreibung	Mobile Gäste der Wesermarsch, die sich mit Muskelkraft landseitig fortbewegen, benötigen ein Netz von Servicestationen für den täglichen Bedarf oder um im Falle einer Havarie schnelle Hilfe zu bekommen.
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Erschließung neuer Gästegruppen durch spezialisierte, passgenaue Angebote für mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste und ältere Gäste • Erhöhung des Komforts für neue Zielgruppen und Stammgäste
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines hinreichend dichten Netzes an Verleihstationen (Fahrräder, Rollfietsen, Strandrollstühle, ggf. Handbikes etc.) • Die Verleihstationen verfügen gleichzeitig über Reparatereinrichtungen und halten Ersatzteile bereit. • Aufbau eines hinreichend dichten Netzes an barrierefreien Sanitäreinrichtungen • Aufbau eines hinreichend dichten Netzes an Schutzhütten und Ruhemöglichkeiten • Es empfiehlt sich die Einrichtung einer zentralen Notrufnummer, bei der mobile Gäste anrufen können, um z. B. im Falle einer Havarie abgeholt zu werden.
Priorität	Mittel
Termin / Frist	Bis 2012
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungsträger • Initiierung durch Touristikgemeinschaft Wesermarsch

5.2.13 Gästeführer für Alle

Beschreibung	<p>Mit den barrierefreien Wattführungen verfügt die Wesermarsch bereits über ein attraktives Angebot nach den Prinzipien des Designs für Alle. Diesen Ansatz gilt es, auf möglichst viele Führungsangebote auszuweiten. Denkbar und zu empfehlen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau des Leuchtturmangebotes „barrierefreie Wattführungen“ • Barrierefreie Angebotsentwicklungen auch bei Natur-, Stadt- und Objektführungen („Stadtführungen für Alle“, Spezialangebote für Gruppen, Einsatz von Gebärdendolmetschern bei Bedarf) • Ausschilderung/Markierung von „Barrierefreier Rundgängen“ / „stummen Stadtführungen“ (Bodenleitsystem-Elemente, Aufmerksamkeitsfelder; interaktive Elemente: Tastmodelle, akustisch oder mit Brailleschrift) • Ergänzenden Infomaterialien und -medien: z. B. Flyer, Audioguides, Audiosäulen etc. • „Stumme Führungen“ im Internet zum Download anbieten, dabei auf barrierefreie Umsetzung achten (barrierefreie pdf-Dokumente, Audiodateien z. B. im DAISY-Format (Digital Accessible Information System)) • Beachtung barrierefreier Elemente bei bestehenden und zukünftigen Leitsystemen
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot barrierefreier Gästeführungsangebote für Alle durch kompetente und sensible Gästeführer
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildung von Stadt-, Landschafts-, Watt- und Kulturführern (Voraussetzung Curriculum); ggf. in Kooperation mit Partnern • Zentrale Kommunikation
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Beginn 2011; bis 2013
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt-, Landschafts-, Watt- und Kulturführer • Unterstützung durch Touristikgemeinschaft Wesermarsch

5.2.14 Mehrgenerationenspielplätze / -erlebnisräume in der Wesermarsch

<p>Beschreibung</p>	<p>Mehrgenerationenspielplätze sind geeignet für Familien, Kinder, Jugendliche, aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Menschen und Senioren ein attraktives Angebot mit integrativem Ansatz zu bieten. Mehrgenerationenspielplätze bieten z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • unterfahrbare Wasser- und Sandspieltische, Liegebretter • verschiedene Schaukeln und Karussell • mit Rollstuhl befahrbare Sandkästen (z. B. Rampe , unterfahrbare Umrandung mit einem Liegebrett), „Vogelnestschaukeln“ / Schaukelkorb u. a. • komfortable Sitzmöglichkeiten <p>Potenzielle Standorte sind u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Bereich der potenziellen Leuchtturmangebote „Nordseelagune“, „Friesenstrand“, Spielscheunen • entlang von z. B. Rad- und Wanderwegen (v. a. Weserradweg) • im Bereich des Sunparks
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung eines attraktiven Mehrgenerationen-Spielplatz-Netztes kleiner und größerer Einrichtungen • Betonung des Alleinstellungsmerkmals „Familienerlebnis für Alle“
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung bei Neuplanungen/Umsetzungen von Spielplätzen • Berücksichtigung bei Entwicklungskonzepten (z. B. Sunpark, Nordseelagune etc.) • Auswahl von Entwicklungsräumen • Planung, Kostenkalkulation • Finanzierungskonzept
<p>Priorität</p>	<p>Mittel</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>Beginn 2011; bis 2015</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis / Kommunen • Landesbetrieb Straßenwesen • Leistungsträger

5.2.15 Tagesausflugsziel Wesermarsch

Beschreibung	<p>Die Wesermarsch hat aufgrund der günstigen Lage hinsichtlich nachfragestarker Ballungsgebiete (Bremen, Hamburg) und Tourismusregionen (Cuxland, Bremerhaven) Potenziale als Tagesausflugsziel, die zukünftig noch stärker zu nutzen sind.</p> <p>Zu nennen sind u. a. folgende Ansätze</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Barrierefreie Ausflugstipps“: barrierefreie Informationen zu Ausflugszielen; Tagesangebote, Pauschalen/Rundreisen • Flyer „Ausflugsziele - barrierefrei erleben“ bzw. Integration „barrierefreier Infos“ in Ausflugsflyer • Kooperationen mit einzelnen Anbietern (Busbetriebe etc.) und Tourismusverbänden (Bremen, Oldenburg, Bremerhaven, Wilhelmshaven, Hamburg)
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Tagestourismus aus umliegenden Großstädten stärken
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche Planung • Klärung der Zuständigkeit / Reiseveranstaltertätigkeit • Terminplan
Priorität	Mittel/Hoch
Termin / Frist	2011/2012
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Touristikgemeinschaft Wesermarsch • In Kooperation z. B. mit Cuxland, Bremerhaven

5.2.16 Barrierefreie Produktentwicklung

Beschreibung	<p>Die Bündelung und Entwicklung buchbarer Angebote ist Voraussetzung für die öffentlichkeitswirksame Vermarktung barrierefreier Angebote. Folgende Bereiche sind hierbei abzudecken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines Bausteinkastens barrierefreier Angebote: barrierefreies Gastgewerbe, geschulte Reiseleiter, spezifische Services (Rollstuhlverleih, Pflege- / Gesundheitsdienstleistungen) u. v. m. • Definition barrierefreier Arrangements (aus dem Bausteinkasten): Themenpauschalen mit barrierefreien Zusatzbausteinen (z. B. Naturerbe Wattenmeer für Alle; „Barrierefreier Radurlaub“, „Wesermarsch plus Ausflugsziele“) mit Ablaufbeschreibungen), „Ein Tag in der Wesermarsch - barrierefrei erleben“; Wichtig: Kommunikationswirkung!
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationswirkung nach außen und innen • Buchbare Produkte
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche Planung • Klärung der Reiseveranstaltertätigkeit • Terminplan
Priorität	Derzeit: Mittel; später: Hoch
Termin / Frist	2011 / Ausbau in 2012
Zuständigkeit	Touristikgemeinschaft Wesermarsch

5.2.17 Verbesserung der ÖPNV-Anbindung

Beschreibung	<p>Die Städte entlang der Weser sind gut an das Bahnnetz angeschlossen; allerdings sind die Züge nur bedingt barrierefrei nutzbar. Aufgrund des anstehenden Betreiberwechsels zur Nordwest-Bahn ist zu dieser enger Kontakt zu halten und auf eine konsequente Umsetzung der barrierefreien Zugänglichkeit der Bahnen hinzuwirken. Darüber hinaus müssen bei Umbauten an Bahnhöfen die Belange der Barrierefreiheit umgesetzt werden (in Kooperation mit der Nordwest-Bahn, um Züge und Bahnhöfe aufeinander abzustimmen).</p> <p>Die Weiterreise mit dem Bus ist aufgrund fehlender Niederflrbusse und entsprechender Haltestellen ein großes Manko. Hier sollte mit den zuständigen Verkehrsbetrieben eine Übereinkunft getroffen werden, die geeignet ist, die barrierefreie Anreise zu verbessern. Ein gutes Beispiel ist der Wesersprinter. Auch private Engagements wie der Bürgerbus können gestärkt werden, wobei zumindest teilweise Fahrzeuge mit z. B. Rollstuhltransport zu Einsatz kommen sollten.</p> <p>Da eine solche Maßnahme kosten- und zeitintensiv ist und langwieriger Absprachen mit zahlreichen Entscheidungsträgern bedarf, ist übergangsweise die Einrichtung eines Transportservices zu empfehlen. Dieser kann auch von einzelnen Leistungsträgern als besonderes Angebot an ihre Gäste vermarktet werden (ggf. bieten sich Kooperationen von Leistungsträgern etwa aus dem Beherbergungsbereich an). Potenzielle Kooperationspartner sind auch Taxiunternehmen, die über Möglichkeiten zum Kranken- und Behindertentransport verfügen.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Begrenzung des Individualverkehrs • Ansprache von Gästen ohne eigenen PKW
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Kooperationspartnern (Busunternehmen, Bürgerbus Verkehrsbetriebe, Nordwest-Bahn) • Entwicklung eines umfassenden Verkehrskonzeptes • Informationsvermittlung
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Start 2011; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Landkreis • Kommunen • Leistungsträger

5.2.18 Barrierefreies Außenmarketing

<p>Beschreibung</p>	<p>Die Information des Gastes über die barrierefreien Angebote ist der Schlüssel zum Erfolg im barrierefreien Tourismus in der Wesermarsch.</p> <p>Dabei ist ein Kommunikationsmix aus Print- und Online-Ansprache dringend zu empfehlen, um eine möglichst große Anzahl potenzieller Gäste mit unterschiedlichen Präferenzen hinsichtlich ihrer Reisevorbereitung anzusprechen. Obwohl dem Internet schon jetzt eine große Bedeutung gerade auch im barrierefreien Tourismus zukommt (Kapitel 5.2.19) sind auch weitere Maßnahmen aus dem Bereich „Broschüren/Print“ zu beachten. Grundsätzlich gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationen müssen aktuell und zutreffend sein; eine Enttäuschung des Gastes durch falsche Versprechungen ist unbedingt zu vermeiden • Die Ansprache des Gastes erfolgt über Emotionen, Themen und Reiseanlässe, nicht über seine etwaigen Einschränkungen (Barrierefreiheit ist kein Reiseanlass!). Beispiel: Ablaufbeschreibung „Ein Tag in der Wesermarsch - barrierefrei erleben“ • Sowohl im Print- als auch im Online-Bereich sollten sich Basis-Informationen zur Barrierefreiheit in den Standard-Medien (Gastgeberverzeichnis, Imagebroschüre, Gastronomieführer etc.) finden lassen. Aufgrund der oftmals gewünschten Detailschärfe, die den Rahmen der Standard-Medien sprengt, gilt: • Special-Interest-Broschüre / Spezialbroschüre „Barrierefreie Wesermarsch für Alle“ mit Gastgebern, Gastronomie, Attraktionen, Individual- und Gruppenangebote etc. • Zur barrierefreien Gestaltung von Printmedien siehe „Handbuch für Touristiker“, Kapitel 4.1.1
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Effektive und effiziente Kommunikation der bestehenden Angebote • Impulswirkung nach innen und außen
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche Planung • Finanzierungskonzept / Definition von Budgetmitteln • Terminplan
<p>Priorität</p>	<p>Hoch</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>2011 (Flyer) / 2012 (DIN A 4-Broschüre)</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<p>Touristikgemeinschaft Wesermarsch</p>

5.2.19 Barrierefreie Informationsvermittlung im Internet

<p>Beschreibung</p>	<p>Das Internet ist essentiell für eine aktuelle und zuverlässige Information des Gastes und unerlässlich für die effektive Vermarktung und den Vertrieb barrierefreier Angebote (siehe auch Kapitel 5.2.18).</p> <p>Die im Aufbau befindliche Datenbank der barrierefreien Angebote bildet dafür eine hervorragende Grundlage. Folgende Anforderungen sind zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einbindung in die Standardseite: <ul style="list-style-type: none"> - Die Datenbank soll aus dem Webauftritt / dem Gastgeberverzeichnis / dem Routennavigator der Wesermarsch erreichbar sein (und umgekehrt) - Eine Einbindung in das Buchungssystem ist wünschenswert • Die einfache Datenabfrage ist nicht ausreichend, um den Gast anzusprechen. Auf der Startseite muss erkennbar sein, warum ein Gast die Wesermarsch besuchen sollte (Beispiel: Vorstellung von Themen und deren barrierefreie Angebote, Hinweise auf Highlights und Leuchttürme, Vorstellung ausgewählter Einrichtungen etc.) • Zur barrierefreien Gestaltung von Onlinemedien siehe „Handbuch für Touristiker“, Kapitel 4.1.2 <p>Wichtig: Die Umsetzung barrierefreier Internetangebote ist auf verschiedenen Ebenen notwendig: Landkreis, Teilregionen und Leistungsträger!</p> <p>Darüber hinaus muss eine Verlinkung der zentralen Webseite der Wesermarsch auf den gängigen Portalen, Online-Foren und Social-Media-Seiten gewährleistet sein.</p>
<p>Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktive Website für die Gesamtregion • Verlinkte Angebote auf Teilregionaler- und Leistungsträgerebene
<p>Umsetzungsschritte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definition der Inhalte • Einbeziehung von Experten in allen Umsetzungsphasen
<p>Priorität</p>	<p>Hoch</p>
<p>Termin / Frist</p>	<p>2011</p>
<p>Zuständigkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismusgemeinschaft Wesermarsch • Teilregionen • Leistungsträger

5.2.20 Barrierefreie Tourismusinformationen und touristische Anlaufstellen in der Wesermarsch

Beschreibung	<p>Eine Tourist-Information ist zu einem barrierefreien Service- und Kompetenzzentrum zu entwickeln, die sowohl Gästen als auch Leistungsträgern einen zentralen Anlaufpunkt bietet. Die TI implementiert einen Beauftragten für Barrierefreiheit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung/Zugänglichkeit der Tourismusinformation und touristischen Anlaufstellen ist in der Wesermarsch etwa in Elsfleth und Brake verwirklicht • Bereitstellung aktueller Informationen zu barrierefreien Angeboten • Leihmöglichkeiten und Vermittlung von Hilfsmitteln (Rollstuhl etc.) • Beratung der Leistungsträger im Bereich Barrierefreiheit • Koordination unterschiedlicher Aktivitäten zur Herstellung von Barrierefreiheit • Ansprechpartner für touristische Leistungs- und Entscheidungsträger sowie für Planer aus der Verwaltung
Ziel	Tourist-Information sind barrierefreie Service- und Kompetenzzentrum für Gäste und Leistungsträger
Umsetzungsschritte	<p>Durchführung eines Qualitätsprogramms „Barrierefreie TIs in der Wesermarsch“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detaillierter Check der Tourist-Information hinsichtlich barrierefreier Kompetenz (Service, Mystery-Check u. a.), • Individualisierte Handlungsprogramme zur Optimierung der Zugänglichkeit/Servicequalität • Gemeinsamer Workshop und Schulung mit TIs (Erfahrungsaustausch, Verständigung auf Qualitätsstandards etc.)
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Beginn 2011; fortlaufend
Zuständigkeit	Tourismus-Informationsstellen

5.2.21 Vermarktungsinitiative barrierefreie Wesermarsch

Beschreibung	<p>Spezialveranstalter für barrierefreie Reisen sind wichtige Partner für Vermarktung und Vertrieb von barrierefreien Angeboten (Bausteinen, Pauschalen). Weiterhin können sie für die Entwicklung von Pauschalen gewonnen werden. Geeignete Veranstalter wären z. B.: Behinderten-, Sozial- und Interessenverbände, Fachmedien (Print und Online).</p> <p>Eine Liste geeigneter Veranstalter findet sich im „Handbuch für Touristiker“, Kapitel 4.1.3</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Eintritt in neuen Markt • Gewinnung neuer Zielgruppen
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache von Reiseveranstaltern (z. B. Infoletter; Liste der Adressen siehe „Handbuch für Touristiker“) • Workshops und Veranstaltungen zum Thema mit Spezialreiseveranstaltern • Kontaktierung von Betreibern der Behindertenportale/-datenbanken im Internet • Besuch von Fachmessen für Rehabilitation, Pflege und Integration
Priorität	Derzeit: Mittel; später: Hoch
Termin / Frist	Start 2011 /2012; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Touristikgemeinschaft Wesermarsch • Später: AK „Barrierefreie Wesermarsch“ (Kapitel 5.2.22)

5.2.22 Gründung eines Arbeitskreises „barrierefreie Wesermarsch“

Beschreibung	<p>Es wird empfohlen, einen thematischen Arbeitskreis aus touristischen Leistungs- und Entscheidungsträgern zu gründen, der sich regelmäßig trifft und von externen Experten unterstützt bzw. moderiert wird.</p> <p>Der Arbeitskreis organisiert konzertierte Aktionen im barrierefreien Tourismus und stärkt somit gleichzeitig die Kooperation der touristischen Leistungs- und Entscheidungsträger auf dem Weg zu einer „Barrierefreien Wesermarsch“.</p> <p>Bei der Identifizierung potenzieller Mitglieder des Arbeitskreises ist darauf zu achten, Experten aus tourismusnahen und -fernen Bereichen (Verkehrsbetriebe, Verwaltung, medizinische Dienste etc.) einzubeziehen. Der Arbeitskreis benennt einen Sprecher, der die Interessen und Ergebnisse nach außen vertritt und den Arbeitskreis nach innen organisiert.</p> <p>Ausgehend von Erfahrungen in anderen Regionen trifft sich der Arbeitskreis ca. zweimal jährlich sowie bei Bedarf.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Verstetigung und Koordination des barrierefreien Entwicklungsprozesses • Umsetzungssteuerung/-kontrolle des vorliegenden Handlungsprogramms
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Institutionalisierende Sitzung in 2010/2011 • Festlegung / Wahl des Koordinators • Unterstützung durch externe Moderatoren/Experten in der Startphase bzw. bei Umsetzungsschwierigkeiten (z. B. stockender Prozess, geringe Unterstützung durch Politik)
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Beginn 2010/2011; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination, zu prüfen: Touristikgemeinschaft Wesermarsch / Wirtschaftsförderung wichtig: Koordinator muss aus dem Tourismus kommen • Teilnahme: Leistungsträger • Wichtig: Unterstützung durch Politik

5.2.23 Regelmäßige Schulungen und Coachings von Leistungs- und Entscheidungsträgern

Beschreibung	<p>Trotz der zunehmenden Bedeutung der Barrierefreiheit im Tourismus ist das Wissen um die ökonomischen Chancen, die spezifische Ansprache und die besonderen Bedürfnisse dieser Gästegruppe meist nur ansatzweise vorhanden. Qualifizierung umfasst daher u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagenschulungen für touristische Leistungsträger und Servicepersonal • Sensibilisierung von Leistungs- und Entscheidungsträger aus dem Tourismus, aus der Verwaltung etc. • Spezialschulungen z. B. für Marketing im barrierefreien Tourismus oder für Entscheidungsträger zur Identifizierung des weiteren Handlungsbedarfs • Inhouse-Coaching: sind auf die spezifischen Bedürfnisse und baulichen Voraussetzungen eines bestimmten Unternehmens abgestimmt und erlauben eine dezidierte und individuelle Herangehensweise, die den einzelnen Leistungsträger in die Lage versetzt, die Chancen des barrierefreien Tourismus optimal zu nutzen <p>Dabei ist zu beachten, dass eine einmalige Schulung in der Regel nicht ausreichend ist. Sowohl Entscheidungsträger als auch das Servicepersonal sollten in regelmäßigen Abständen ihr Wissen in Folgeschulungen auffrischen und ausdehnen. Mit Start in 2011 sollte mindestens ein bis zwei Schulungen pro Jahr zum Thema Barrierefreiheit in der Wesermarsch angeboten werden.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierte und motivierte Leistungsträger • Erfahrungsaustausch
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Curriculums • Entwicklung eines Coaching-Konzepts • Integration des Themas „Barrierefreiheit“ bei Schulungen (z. B. Service-Q-Schulung, Themenschulungen wie Landurlaub etc.) etwa als Zusatzmodul • Qualifizierungsprogramm in Zusammenarbeit mit Partnern (u. a. Bremerhaven, Cuxland, Tourismusverband Nordsee e. V.,
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Start 2011; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Touristikgemeinschaft Wesermarsch (Organisation) • Teilnahme: touristische Leistungsträger / Akteure

5.2.24 Kooperation „Wesermarsch-Bremerhaven-Cuxland für Alle“

Beschreibung	<p>Die bereits bestehende Kooperation zwischen der Wesermarsch, Bremerhaven und Cuxland im Bereich der barrierefreien Entwicklung ist zu intensivieren und fortzuführen (z. B. barrierefreie Datenbank). Wichtigste Themen sind hierbei</p> <ul style="list-style-type: none"> • fortlaufende einheitliche Erfassung touristischer Angebote hinsichtlich der Zugänglichkeit und Erlebbarkeit • Kooperation bei fortlaufenden Qualitätsprozessen und Wissenstransfers (z. B. Schulungen, Leitfäden) • gemeinsame Angebotsgestaltung: <ul style="list-style-type: none"> - barrierefreie Bausteine, gemeinsame Tagesausflugsprogramme (z. B. „In die Wesermarsch für Bremerhaven- und Cuxland-Gäste“ bzw. „Nach Bremerhaven/Cuxland für Wesermarsch-Gäste“) - gemeinsame Reisearrangements/Pauschalen (z. B. Rundreisen) mit barrierefreien Informationen und Bausteinen sowie Spezialangebote für aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Reisende • gemeinsame Vermarktung (z. B. Online / Print)
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • „Barrierefreie Wesermarsch“ mit Bremerhaven und Cuxland als Impulsgeber für nordsee-/landesweite barrierefreie Entwicklung • Erfahrungsaustausch • Planung/Durchführung gemeinsamer Projekte
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Arbeitstreffen (ca. 1-2 pro Jahr) • Festlegung gemeinsamer Aktivitäten/Projekte • Detailplanung und Umsetzung gemeinsamer Projekte/Angebote
Priorität	Hoch
Termin / Frist	Beginn 2010/2011; fortlaufend
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Touristikgemeinschaft Wesermarsch, Cuxland-Tourismus/Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven, BIS Bremerhaven Touristik • Teilnahme: Leistungsträger • Wichtig: Unterstützung durch Geschäftsführung

5.2.25 Mitgliedschaft in der Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“

Beschreibung	<p>Eine bundesweite Vermarktung der barrierefreien Angebote der Wesermarsch ist anzustreben. So kann die Wesermarsch - ggf. gemeinsam mit dem Cuxland und Bremerhaven - der „Arbeitsgemeinschaft Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ beitreten und sich der Werbeaktivitäten anschließen. Dies ermöglicht zudem den Zugang zu internationalen Plattformen, da die AG unter anderem über die Deutsche Zentrale für Tourismus beworben wird.</p> <p>Anforderungen sind u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreier Tourismus ist im Leitbild der Region verankert • Barrierefreier Tourismus ist wichtiges Thema im Marketingplan der Region • Finanzielle Beteiligung • Regelmäßige, aktive Teilnahme
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzfristig: Definition eines Entwicklungsziels (wichtig!) / Zielorientierte Entwicklung • Mittelfristig: Anstreben der Mitgliedschaft
Umsetzungsschritte	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung des Entwicklungsprozesses und Antragsverfahren („Fitnessprogramm“) • Gemeinsame Strategie mit Cuxland und Bremerhaven prüfen • Verankerung des Themas Barrierefreier Tourismus für Alle im Leitbild der Region
Priorität	Hoch
Termin / Frist	2013
Zuständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Touristikgemeinschaft Wesermarsch • AK Barrierefreie Wesermarsch (Kapitel 5.2.22)

