

**Nachhaltige Wertschöpfung durch  
barrierefreie Reiseangebote**

Praktikerleitfaden für Betriebe, Orte und Regionen in  
Rheinland-Pfalz

## Ihr persönlicher Kontakt zur Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH



**Nathalie Hartenstein**

Tel.: 0261/91520-66

E-Mail: [hartenstein@gastlandschaften.de](mailto:hartenstein@gastlandschaften.de)



**Sina Gelhard**

Tel.: 0261/91520-33

E-Mail: [gelhard@gastlandschaften.de](mailto:gelhard@gastlandschaften.de)

# Inhalt

Grußwort Minister Dr. Volker Wissing	Seite 5
Ein Wachstumsmarkt mit Potenzial	Seite 6
Barrierefreiheit: Wer sind meine Gäste?	Seite 8
Die touristische Servicekette	Seite 11
Strategien entwickeln	Seite 14
Sensibilisierung von Mitarbeitern, Partnern und Entscheidungsträgern	Seite 18
Tipps für die Angebotsgestaltung	Seite 19
Differenziertes Marketing für differenzierte Gästebedürfnisse	Seite 24
Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“	Seite 26
Barrierefreie Rad- und Wanderwege planen und umsetzen	Seite 29
Nützliche Adressen	Seite 30
Impressum, Bildnachweise	Seite 31



Koblenz, Romantischer Rhein



Blumenhof St. Kastor, Koblenz, Romantischer Rhein

## Grußwort

### Minister Dr. Volker Wissing

**Der Tourismus in Rheinland-Pfalz ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und sichert mit einem Umsatz von mehr als 7 Milliarden Euro im Jahr rund 150.000 nicht exportierbare Arbeitsplätze.**

Das Engagement für die Entwicklung von touristischen Angeboten zahlt sich dabei mehrfach aus: Nicht nur Tages- und Übernachtungsgäste, sondern auch die Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmer vieler Wirtschaftszweige profitieren von einer attraktiven Tourismus- und Freizeitinfrastruktur.

Bei der Entwicklung von touristischen Angeboten legt die Landesregierung bereits seit 2009 einen Schwerpunkt auf den Ausbau von barrierefreien Reiseangeboten. Für ein Reiseland, das für seine Gastfreundschaft bekannt ist, sollte es selbstverständlich sein, dass Gäste mit Handicap ihren Urlaub unbeschwert und ohne Barrieren genießen können.

Die Zielgruppen sind dabei sehr vielfältig und die Bedürfnisse zum Teil sehr individuell. Mit diesem Leitfaden möchten wir Ihnen eine erste Hilfestellung geben, Ihre Gäste und deren Bedürfnisse besser kennenzulernen, sodass Sie Ihr Angebot und Ihre Serviceleistungen besser auf sie abstimmen können. Nicht immer ist ein kostenintensiver Um- oder Neubau notwendig, um Barrierefreiheit herzustellen. Ziel sollte es sein, barrierefreie, vernetzte Angebote entlang der touristischen Servicekette zu schaffen, sodass unsere Gäste bereits im Vorfeld der Reise alle relevanten Informationen erhalten, barrierefrei anreisen und vor Ort auch ein unbeschwertes Urlaubserlebnis haben können.

Ich möchte Sie dazu einladen, diesen Leitfaden aufmerksam zu lesen und sich beim weiteren Ausbau von barrierefreien Reiseangeboten in Rheinland-Pfalz zu engagieren. Nutzen Sie das vielfältige



**Dr. Volker Wissing**

Angebot, das die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH im Rahmen von Schulungen, Infoveranstaltungen oder Zertifizierungsmaßnahmen anbietet.

Ich freue mich auf Ihre aktive Mitarbeit und Unterstützung.

Ihr

A handwritten signature in black ink that reads "Volker Wissing".

Dr. Volker Wissing  
Staatsminister für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

# 1. Ein Wachstumsmarkt mit Potenzial

Für Tourismusakteure bietet die Fokussierung auf barrierefreie Angebote große Chancen. In Deutschland leben aktuell etwa acht Millionen Menschen mit einer schwerwiegenden Behinderung. Aber auch altersbedingte Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen erfordern einen höheren Bedarf an Barrierefreiheit. Dieser Bedarf wird durch den demografischen Wandel auch weiter ansteigen.

Die Wahl des Reiseziels erfolgt bei Gästen mit Einschränkungen nach den persönlichen Vorlieben und Interessen. Bei der Auswahl wird jedoch nach barrierefreien Merkmalen kategorisiert. Für diese Zielgruppe stellen detaillierte und vor allem verlässliche Informationen über die Nutz- und Erlebbarkeit von touristischen Angeboten eine wesentliche Grundlage für die Reiseentscheidung dar.

Barrierefreier Tourismus ist nicht nur ein gesellschaftlich wichtiges Thema, sondern auch wirtschaftlich attraktiv.

„Der demografische Wandel zeigt schon jetzt, wie sehr barrierefreie Angebote geschätzt werden. Denn sie erreichen nicht ausschließlich Menschen mit Behinderungen, sondern stellen vielmehr einen Zusatznutzen und ein Plus an Komfort für alle dar. Die Barrierefreiheit wird sich künftig noch stärker zu einem wesentlichen Qualitätsmerkmal für das Reisen entwickeln. Deshalb lohnt es sich für touristische Anbieter, in allen Bereichen des qualitätsorientierten barrierefreien Tourismus zu investieren.“



**Albrecht Ehse, Geschäftsführer IHK Trier**

## Zahlenüberblick



7,6 Mio. Schwerbehinderte in Deutschland, das sind 9,3 % der Bevölkerung, also jeder 11. Mensch <sup>(1)</sup>



Mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Personen <sup>(2)</sup>



Gesamtbevölkerung



Urlaubsreise innerhalb Deutschland

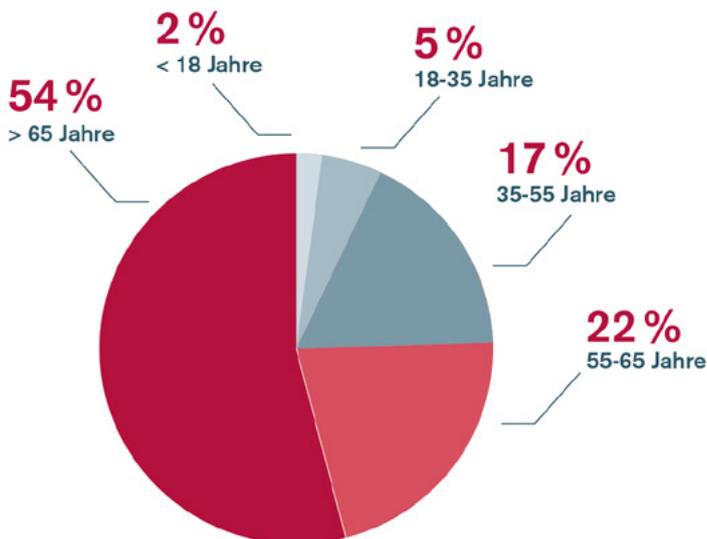


Reisezieltreue



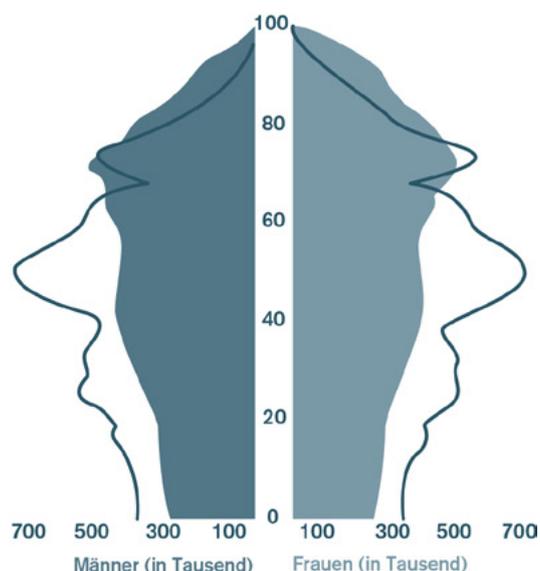
Reisen in der Nebensaison

## Altersverteilung von Menschen mit einem Behinderungsgrad von über 50% in Deutschland <sup>(1)</sup>



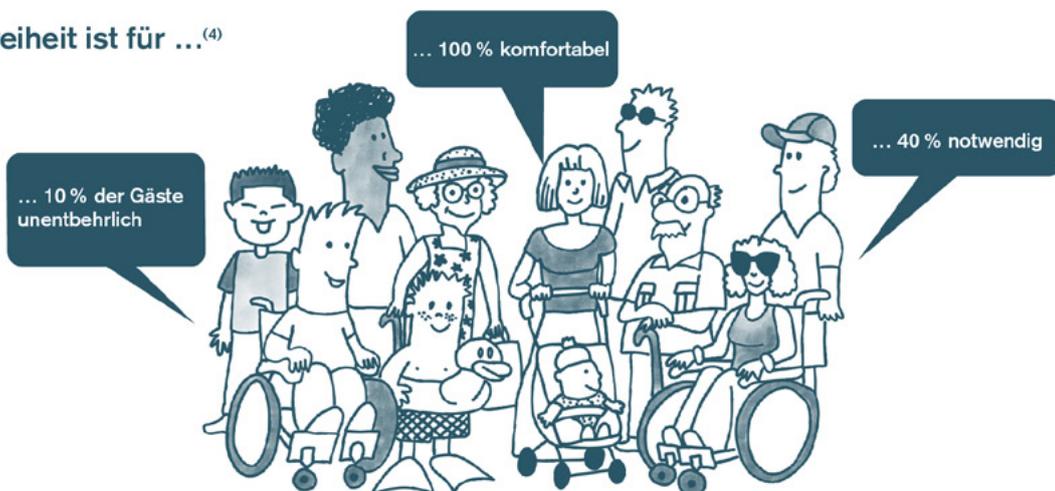
Der Anteil von Menschen mit Behinderung nimmt ab einem Alter von 55 Jahren sprunghaft zu.  
**Über 76% der Menschen mit Behinderung sind 55 Jahre und älter**

Demografischer Wandel:  
 Bevölkerungsentwicklung von



Aufgrund des demografischen Wandels gibt es zukünftig immer mehr ältere Menschen. Barrierefreiheit wird eine zunehmend größere Rolle spielen.

## Barrierefreiheit ist für ... <sup>(4)</sup>



Quelle 1: Statistisches Bundesamt (2017): Statistik der schwerbehinderten Menschen, Kurzbericht 2015.

Quelle 2: BMWI (2008): Barrierefreier Tourismus für Alle – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung / F.U.R. Reiseanalyse 2007.

Quelle 3: Statistisches Bundesamt (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – Ergebnisse der 13. koordinierten Bevölkerungsvorausrechnung.

Quelle 4: Neumann/Reuber (2004): Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle – Langfassung einer Untersuchung im Auftrag des BMWI.

## 2. Barrierefreiheit: Wer sind meine Gäste?

Jeder Gast wünscht sich einen kundenorientierten Service. Von barrierefreien Angeboten profitieren verschiedene Gästegruppen. Nicht alle sind auf den ersten Blick mit dem Thema Barrierefreiheit in Verbindung zu bringen.

### 1. Gäste mit Mobilitätseinschränkung

„Nach einem Schlaganfall sitzt mein Mann im Rollstuhl und wir müssen unsere Reiseziele danach ausrichten. Städte und Gemeinden mit einer guten barrierefreien Infrastruktur besuchen wir gerne ein zweites Mal. Wir möchten auch heute noch kulturelle und freizeittouristische Angebote besuchen und freuen uns auf rollstuhlgerechte Museen, Theater, historische Denkmäler und natürlich Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe.“

**Brigitte J. aus Bad Kreuznach**



### 2. Hör- oder sprachbehinderte Gäste

„Ständig nachzufragen, ob sie das Gesagte noch mal wiederholen können, war mir irgendwann unangenehm. Ich freue mich immer, wenn die Rezeptionsdame klar und deutlich mit mir spricht und mich auch direkt anschaut. Dann klappt das mit der Verständigung schon viel besser. Ein Freund vom Kegelclub ist gehörlos und seit es in manchen Städten Stadtführungen in Gebärdensprachen gibt, ist er auch wieder bei unseren Ausflügen dabei.“

**Felix S. aus Bonn**



Sie wollen die rheinland-pfälzischen Zielgruppen besser kennenlernen? Unter dem Link [www.rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/zielgruppen) haben wir alle Informationen zu Reismotivation, Informationsverhalten, Mediennutzung etc. zusammengestellt. Darüber hinaus stellen wir Ihnen gerne detaillierte Checklisten zur Verfügung, die Ihnen helfen, Ihr Angebot auf die Zielgruppe auszurichten. Denken Sie dabei immer daran, dass sich Gäste mit Handicap auch in unseren Zielgruppen wiederfinden und spezifische Bedürfnisse haben.



**Zielgruppe Probst-Brauch: Reifere Kultur- und Naturliebhaber**

### 3. Sehbehinderte oder blinde Gäste

„Als der Arm nicht mehr lang genug war, um die Speisekarte zu lesen, war für mich der Zeitpunkt gekommen eine Lesebrille zu kaufen. Dennoch freue ich mich über gut leserliche Speisekarten und Broschüren, große Informationstafeln in Städten und Wegbeschilderungen, die schon von Weitem gut erkennbar sind. Ein Museumsbesuch gehört für mich in jedem Urlaub dazu. Audioguides erleichtern mir meinen Besuch. Falls ich doch mal meine Lesebrille vergessen habe, kann ich mir die Informationen ganz einfach anhören.“

**Rolf T. aus Düsseldorf**



### 4. Gäste mit Lernschwierigkeiten oder geistiger Behinderung

„Wir gehen gerne mal in außergewöhnliche Restaurants essen. Wenn ein Bild auf der Speisekarte von dem Gericht dabei ist, kann ich es mir besser vorstellen und bin probierfreudiger. Auch Freunde aus dem Ausland profitieren davon. Allgemein sind Bilder und Piktogramme hilfreich, wenn man sich in der Region nicht auskennt und zudem auch nicht die Sprache spricht.“

**Petra G. aus Mainz**



Auch ausländische Gäste profitieren von leichter und bildhafter Sprache.



„Im Marketing verfolgen wir den themenorientierten Zielgruppenansatz. Durch die Marktforschung kennen wir unsere Gäste schon sehr gut. Was leider viel zu häufig vergessen wird, ist, dass Menschen mit Behinderung keine gesonderte Zielgruppe darstellen, sondern sich in all unseren Zielgruppen wiederfinden. Jeder verreist gerne nach seinen speziellen Interessen und Vorlieben. Das heißt für uns, dass wir in unserem Marketing die Informationen zum Thema Barrierefreiheit möglichst überall mittransportieren müssen, sodass z.B. der kulturinteressierte Rollstuhlfahrer auch bei unseren Kulturangeboten alle für ihn relevanten Informationen finden kann.“

**Stefan Zindler, Geschäftsführer Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH**

## 5. Gäste mit Allergien und Lebensmittelunverträglichkeiten

„Urlaub in einem Hotel zu machen ist für uns gar nicht mehr so einfach, seitdem ich eine Glutenunverträglichkeit habe. Morgens beim Frühstücksbuffet esse ich gerne ein Brötchen. Wenn es glutenfrei gibt, starte ich schon positiv in den Tag. Hilfreich sind für mich auch Angaben zu den Inhaltsstoffen der verwendeten Nahrungsmittel in den Gerichten.“

**Silke P. aus Koblenz**



## 6. Familien mit Kinderwagen oder kleinen Kindern

„Unsere Kinder sind aufgeweckt und möchten gerne alles sehen, was wir machen. An einem niedrigen Tresen in einem Hotel, einer Tourist-Information oder einem Museum haben sie die Möglichkeit, alles mitzubekommen. Gerne gehen wir auch in ein Museum mit interaktiven Angeboten, das ist Kultur und Spaßfaktor in einem. Kinderwagengerechte Wege ermöglichen uns einen entspannten Urlaub, falls unsere jüngste Tochter doch irgendwann mal keine Lust mehr hat zu laufen.“

**Familie Wolf aus Gerolstein**



## 7. Personen mit schwerem Gepäck

„Durch meinen Job bin ich oft unterwegs und fahre am liebsten mit dem Zug. Wenn ich vor einem Meeting noch Zeit habe, setze ich mich gerne in ein Café. Ausreichend Platz unter dem Tisch ermöglicht mir, meinen Trolley direkt bei mir zu lassen, sodass er niemanden stört. Abendessen noch nach den offiziellen Buffetzeiten runden meinen stressigen Geschäftsreisetag ab und auch die Möglichkeit eines späten Check-in nenne ich Service pur.“

**Peter K. aus Stuttgart**



### 3. Die touristische Servicekette

#### Wie und wo können Barrieren vermieden werden?

Ihr Ziel sollte eine auf die Zielgruppe ausgerichtete touristische Servicekette sein, und das sowohl auf Betriebs- als auch auf Destinationsebene. Für alle Reisenden läuft diese Servicekette gleich ab. Mobilitäts- oder sinneseingeschränkte Gäste sowie ältere Menschen und Familien haben jedoch spezifische Bedürfnisse an die Servicekette und den darin enthaltenen Elementen. Wichtig ist es für Ihren Ort und Ihre Region, ein barrierefreies Gesamtangebot zu entwickeln, um so möglichst viele Elemente der Servicekette einzubeziehen. Dies bedeutet nicht, dass von Beginn an alle Bausteine der Servicekette vollständig barrierefrei sein müssen.

Anfangs existieren meist nur in einzelnen Bausteinen barrierefreie Angebote, diese gilt es, möglichst auch auf andere Bausteine auszuweiten. Dabei ist es hilfreich, mit möglichen Partnern zu kooperieren, um etwaige Lücken in der Servicekette zu schließen. Die Anforderungen der Gäste an die einzelnen Elemente der touristischen Servicekette sind vielfältig und hängen von den Einschränkungen der jeweiligen Gästegruppe ab. Auf den Seiten 12/13 haben wir für Sie zu jedem Servicekettenglied ein paar Tipps zusammengestellt.



„Einige Leistungsträger denken, dass immer große bauliche Maßnahmen zur Herstellung der Barrierefreiheit notwendig sind. Diese Angst müssen wir den Anbietern

nehmen, denn 100-prozentige Barrierefreiheit ist nicht möglich, und das schon gar nicht von heute auf morgen. ‚Einfach einmal anfangen‘ heißt die Devise, und schauen, was man gemeinsam erreichen kann. Dabei ist es wichtig, realistische Ziele zu haben und natürlich auch engagierte Leute, die mitmachen. Wir haben in der Pfalz das Glück, dass sich fünf Modellregionen explizit um den weiteren Ausbau von barrierefreien Angeboten kümmern und auch vom Land gefördert werden. Dabei ist uns der Austausch untereinander ganz wichtig und wir stehen in regelmäßigem Kontakt mit den Akteuren, damit wir voneinander lernen können.“

**Barbara Imo, Pfalz.Touristik e.V.**



#### ! Das Q macht den Unterschied

Inspiration und Hilfestellung bei der Entwicklung von Serviceideen zur Kundenbegeisterung gibt Ihnen die Initiative ServiceQualität Deutschland in Rheinland-Pfalz. Die Zertifizierung zielt darauf ab, allen (touristischen) Dienstleistern im Land die Möglichkeit zu geben, die eigene Servicequalität aus Kundensicht zu überprüfen und diese zielorientiert kontinuierlich zu verbessern.

[www.gastlandschaften.de/  
servicequalitaet](http://www.gastlandschaften.de/servicequalitaet)



## Die touristische Servicekette

Vorbereiten –  
Informieren – Buchen

Anreise

Ankommen und  
Orientieren

Wohnen und  
Schlafen

Essen und Trinken Freizeit und



### Tipps und Maßnahmen für eine barrierefreie Servicekette



#### Vorbereiten, Informieren und Buchen

- Barrierefreie Internetseiten und Broschüren (vergleiche Seite 25)
- Detaillierte Informationen zur Zugänglichkeit und Barrierefreiheit (vergleiche Seite 26 ff.)



#### An- und Abreise

- Barrierefreie Parkplätze
- Infos zur barrierefreien ÖPNV-Anreise
- Transportdienste vor Ort



#### Ankommen und Orientieren

- Barrierefreie Wegeleitsysteme (siehe Seite 29)
- Barrierefreier Empfangsbereich



#### Wohnen und Schlafen

- Barrierefrei konzipierte Zimmer und Bäder
- Assistenz durch Service



#### Essen und Trinken

- Barrierefreier Zugang
- Barrierefreie Speisekarte (Speisekarte in Großschrift, Speisekarte mit Bildern)
- Unterfahrbare Tische
- Speisen für Gäste mit Allergien und Lebensmittelunverträglichkeiten
- Informationen über Inhaltsstoffe der Speisen
- Barrierefreie Toilette
- Tische mit geringen Umgebungsgereuschen

Sport

Service und  
Assistenz

Unterhaltung  
und Kultur

Ausflug und  
Shopping

Abreise

Erinnerung und  
Bestätigung finden



### Freizeit und Sport / Unterhaltung und Kultur



- Gut begeh- und befahrbare Wege
- Barrierefreier Zugang zu Ausstellungsräumen, Theatern, Kinos, Geschäften etc.
- Informationsvermittlung über alle Sinne
- Barrierefreie Toiletten



### Service und Assistenz

- Barrierefreie Tourist-Information
- Ärztetafel (mit Fachärzten)
- Infos zu Sanitätshäusern bzw. Hilfsmittelverleih



### Erinnerung und Bestätigung finden

- Kundendatenbank mit Hinweisen zu speziellen Gästeanforderungen
- Customer-Relationship-Management (CRM)
- Social Media

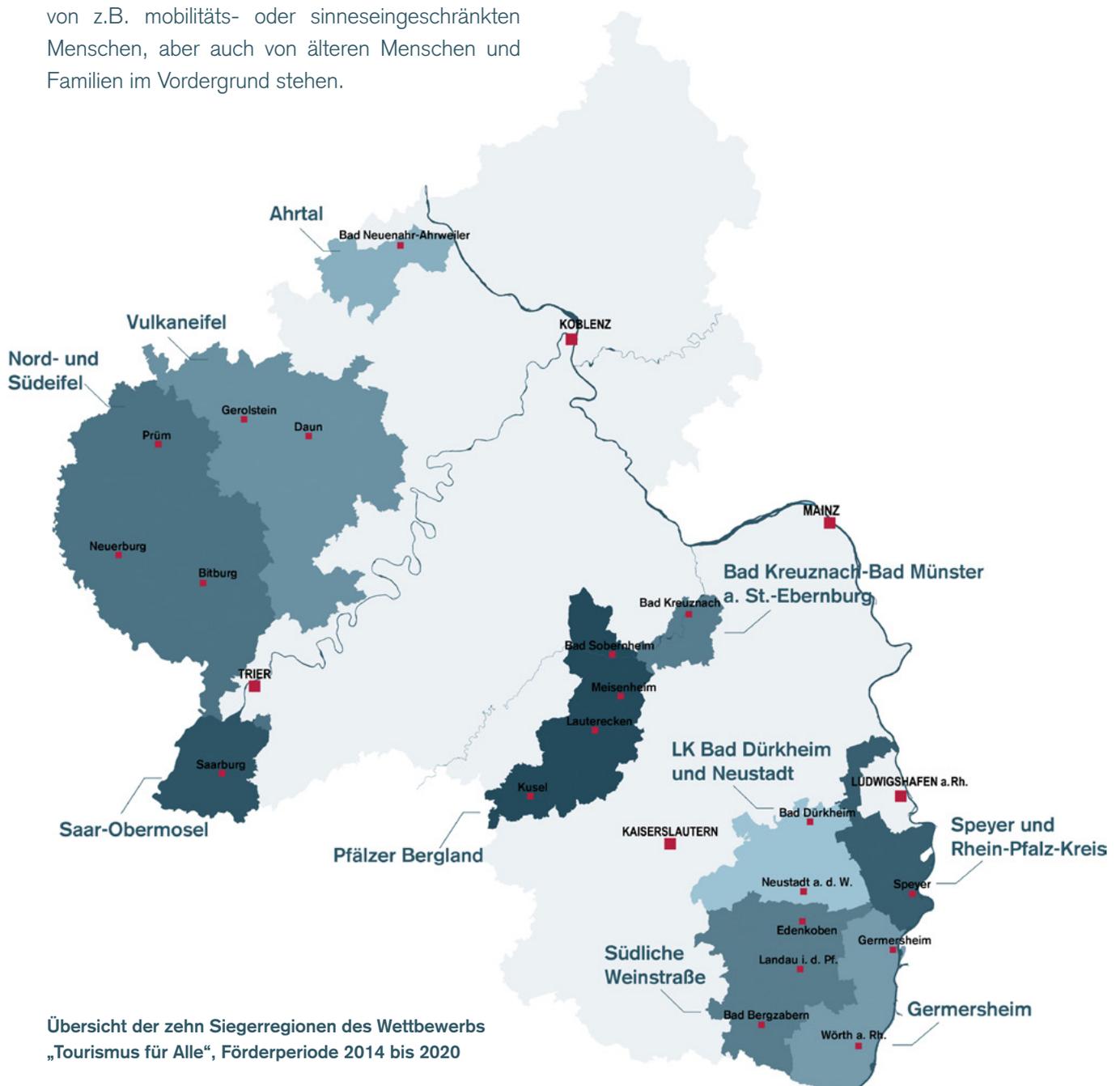


## 4. Strategien entwickeln

**Wir alle wissen, Veränderungen brauchen Zeit. Deshalb kann ein Betrieb, ein Ort oder eine Region auch nicht von heute auf morgen barrierefrei werden. Wichtig ist, dass Sie den Prozess schrittweise durchführen und umsetzen und möglichst viele Partner vor Ort in den Prozess einbeziehen.**

Das Ziel sollte eine auf die Bedürfnisse der verschiedenen Gästegruppen ausgerichtete Servicekette sein. Dabei müssen die spezifischen Anforderungen von z.B. mobilitäts- oder sinneseingeschränkten Menschen, aber auch von älteren Menschen und Familien im Vordergrund stehen.

**!** Zehn Modellregionen in Rheinland-Pfalz haben sich durch ihren Sieg beim landesweiten Wettbewerb „Tourismus für Alle zur Entwicklung barrierefreier Modellregionen in Rheinland-Pfalz“ den exklusiven Zugriff auf Fördermittel aus dem EFRE-Strukturfonds gesichert. Ziel des Wettbewerbes ist es, im Laufe der Förderperiode (2014 bis 2020) vernetzte barrierefreie Angebote in den jeweiligen Modellregionen zu schaffen. Diese zehn Modellregionen haben mit ihrem Konzept für einen barrierefreien Tourismus überzeugt. (Siehe Grafik)



## Interview mit Christian Bohr

Die Südliche Weinstraße ist eine dieser zehn Modellregionen. Christian Bohr ist als Projektmanager „Tourismus für Alle“ eingestellt und kümmert sich darum, das Thema Barrierefreiheit an der Südlichen Weinstraße voranzutreiben.

### **Herr Bohr, seit September 2016 sind Sie als Projektmanager „Tourismus für Alle“ an der Südlichen Weinstraße eingestellt. Was waren Ihre ersten Maßnahmen im Projekt?**

Am Anfang galt es für mich, einen Überblick zu gewinnen, mit denen zu sprechen, die bisher schon sehr aktiv beim Thema „Tourismus für Alle“ in unserer Region waren und die an unserem Konzept „Die Südliche Weinstraße bewegt“ mitgewirkt haben. Ganz wichtig waren meine Termine vor Ort in den einzelnen Tourismusbüros, bei denen wir uns das bereits vorhandene Angebot angeschaut und erste Ideen für weitere Projekte entwickelt haben. Immer wieder bin ich unterwegs und stelle das Thema vor, in politischen Gremien, bei den Treffen der Touristiker, bei Infoveranstaltungen für Hoteliers und Gastronomen und bei den Stammtischen der Betroffenen.

### **Das klingt in der Theorie ja schon sehr gut durchdacht. Aber wie wichtig war es für Sie, Betroffene und Behindertenvertreter in den Prozess zu integrieren?**

Wir haben schnell nach meinem Einstieg einen Beirat gegründet, der sich neben fachlichen und politischen Vertretern auch aus Interessenvertretern zusammensetzt. Sie bringen die Perspektive der Betroffenen mit ein, die oft außerhalb unseres Sichtfeldes ist. Es gab zahlreiche Treffen mit den lokalen und überregionalen Behindertenvertretern, diese Kontakte pflege ich bis heute. Auch am „Barrierefrei-Stammtisch“ in der Stadt Landau nehme ich aktiv teil.

### **Wie motivieren Sie Ihre Leistungsträger und touristischen Anbieter, sich für mehr Barrierefreiheit zu engagieren, und wie sensibilisieren Sie diese für die Bedürfnisse von Menschen mit Handicap?**

Es fängt bei mir selbst an: Die Begeisterung, die ich für das Thema einbringe, überträgt sich auf unsere Leistungsträger. Ein Ausbau der barrierefreien touristischen Infrastruktur sichert unsere Zukunft, das ist ein Argument, das man nicht widerlegen kann. Dahinter stecken viele wirtschaftliche Aspekte und gerade vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ist eine Investition in die Barrierefreiheit eine Investition in die Zukunft. Letztlich macht es die Mischung aus Herzblut, Wissen und wirtschaftlichen Argumenten, mit der man überzeugen kann. Das habe ich sowohl bei groß angelegten Informationsveranstaltungen als auch im Einzelgespräch mit Hoteliers und Gastronomen gemerkt, die durchaus bereit sind, in mehr Barrierefreiheit zu investieren, wenn sie sich davon Vorteile versprechen.

### **Manchmal sind es ja auch die kleinen Dinge, die das Leben leichter machen. Haben Sie Ideen, mit welchen Kleinigkeiten und ohne hohe Investitionskosten Betriebe ihren Service für Gäste mit Handicap verbessern können?**

Na klar, viele Verbesserungen kann man auch schon ohne große Umbaumaßnahmen erreichen. Mit zusätzlichem Service wird der Aufenthalt für alle komfortabler: Das kann ein Duschstuhl sein, der bei Bedarf bereitgestellt wird, oder der Kontakt zum örtlichen Sanitätshaus, bei dem unkompliziert Hilfsmittel beschafft werden können.

### **Vielen Dank für das Gespräch, Herr Bohr!**



Christian Bohr, Südliche Weinstraße

## Wichtige Schritte auf dem Weg zur barrierefreien Destination

### 1. Erste Idee und Bestandsaufnahme

Nachfolgende Fragen sollen Ihnen helfen Ihr Vorhaben zu konkretisieren:

Welche Ihrer Gäste profitieren besonders von service- und komfortorientierten Angeboten? Hat Ihr Betrieb, Ort bzw. die Region Potenzial für und Interesse an einem barrierefreien Tourismus? Welche Gästegruppen treffen Sie heute in Ihrem Betrieb oder Ihrer Destination bereits an? Wen möchten Sie künftig für Ihre Angebote begeistern? Welche barrierefreien Angebote gibt es bereits? Was ist das Ziel des Projekts? Sollen lediglich einzelne Angebote geschaffen werden oder dient das Projekt als Startpunkt für eine langfristige, strategische Entwicklung des ganzen Ortes bzw. der Region?



### 2. Erfahrungsaustausch

Die Servicekette besteht aus vielen Einzelbestandteilen, suchen Sie sich also Partner vor Ort, um möglichst viele Teilbereiche abdecken zu können. Prüfen Sie die Gründung einer Arbeitsgemeinschaft, um den „Tourismus für Alle“ voranzutreiben. Sprechen Sie über Ihre Erfahrungen und lernen Sie voneinander.

### 3. Konzept

Um eine Struktur für die Abarbeitung der Maßnahmen zu schaffen, ist es sinnvoll ein gemeinsames Konzept zu erarbeiten, das folgende Gesichtspunkte berücksichtigt:

- Wer ist der Verantwortliche für das Projekt „Tourismus für Alle“? Gibt es einen Projektkoordinator vor Ort?
- Welche Schritte werden in welcher Reihenfolge gemacht?
- Welche Betriebe, Anspruchsgruppen (z.B. Politiker, Behindertenverbände) möchten Sie in das Projekt einbinden?
- Wo bestehen gegebenenfalls Lücken in der touristischen Servicekette? Gibt es Möglichkeiten, diese Lücken zu schließen?



**Tip:** Je nach Struktur des Ortes oder der Destination ist eine Informationsveranstaltung zum neuen Projekt sinnvoll, um Betriebe für das Projekt zu gewinnen.

### 4. Schulung

Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter für die besonderen Bedürfnisse der unterschiedlichen Gästegruppen. Nutzen Sie die vielfältigen Schulungsangebote der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (siehe Seite 18). Im Rahmen der Zertifizierung nach „Reisen für Alle“ ist eine kostenfreie Online-Schulung inbegriffen. Mindestens ein Mitarbeiter des Betriebs muss diese Schulung absolvieren, es können auch alle Mitarbeiter mit Gastkontakt einen Zugang zur Online-Schulung erhalten und diese absolvieren.

### 5. Angebotsentwicklung und Zertifizierung nach „Reisen für Alle“

Entwickeln Sie serviceorientierte und komfortable Angebote sowie Produkte mit thematischen Schwerpunkten (z.B. Aktivangebote, Kultur etc.). Ihre Angebote können Sie dann anschließend von externen Prüfern auf die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Informationen nach „Reisen für Alle“ überprüfen und zertifizieren lassen (siehe Seite 26 und folgende).

## 6. Vermarktung

Durch den Zusammenschluss von Tourismusvertretern und Betrieben vor Ort können Sie eine gemeinsame Angebotsvermarktung erzielen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Betrieb in deskline® angelegt ist. Dort werden die Barrierefrei-Merkmale erfasst und auf der Landesseite [www.barrierefrei.gastlandschaften.de](http://www.barrierefrei.gastlandschaften.de) gebündelt dargestellt. Darüber hinaus werden die zertifizierten Angebote auf der Bundesseite [www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de) beworben. Über eine Schnittstelle sollen ab 2019 die Informationen von „Reisen für Alle“ auch auf den Seiten des ADAC, der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) und der Bahn dargestellt werden.



### Exkurs deskline 3.0®

Mit dem landesweiten Informations- und Reservierungssystem deskline® 3.0 können neben Unterkünften u.a. auch Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und Informationen zur Barrierefreiheit verwaltet und dem Gast online zur Verfügung gestellt werden. Damit leistet deskline 3.0® weit mehr als reine Buchungsportale und ist zentraler Bestandteil des digitalen Wissensschatzes von Rheinland-Pfalz. Der Vorteil ist dabei, dass Daten nur einmal in deskline 3.0® gepflegt werden, aber x-Mal im Internet erscheinen – insbesondere auch im Tourenplaner Rheinland-Pfalz und der Rheinland-Pfalz App. Bei Fragen zu deskline 3.0® für Ihren Betrieb wenden Sie sich bitte an Ihre Tourist-Information.

## Netzwerk in der Destination



## 5. Sensibilisierung von Mitarbeitern, Partnern und Entscheidungsträgern

Das Zusammenspiel verschiedener Serviceleistungen ist ausschlaggebend für das Gelingen einer Reise. Jede einzelne Leistung kann zur Steigerung der Servicequalität führen. Um dies zu verwirklichen, müssen Sie die Bedürfnisse von mobilitäts- oder sinneseingeschränkten Gästen kennen und ein Bewusstsein dafür entwickeln.

Um das Gespür Ihrer Mitarbeiter, Partner und Entscheidungsträger zu schärfen, bietet die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH in regelmäßigen Abständen kostenfreie Sensibilisierungsseminare an. Dabei schlüpfen die Teilnehmer selbst in die Rolle der Gäste mit Handicap und erschließen sich den Tagungsort mit Rollstuhl, Langstöcken oder Simulationsbrillen. Darüber hinaus erhalten sie Hintergründe zu den verschiedenen Zielgruppen und ihren Bedürfnissen. Beim gemeinsamen Austausch mit den verschiedenen Akteuren kann jeder seine eigenen Erfahrungen sowie Best-Practice-Beispiele einbringen.

Weitere Seminarangebote zu spezifischen Themen, wie z.B. barrierefreies Bauen, Leichte Sprache und vieles mehr, können ebenfalls umgesetzt werden.



Teilnehmerinnen beim Sensibilisierungsseminar



Die Terminankündigung erfolgt über das Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz:  
[www.rlp.tourismusnetzwerk.info](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info)



„Viele unserer Museen sind sehr klein und werden mit viel Engagement und Herzblut betrieben. Auf welche Weise im eigenen Haus Barrieren abgebaut werden können, ist für die Akteure vor Ort oft nicht vorstellbar. Bei vielen Einrichtungen kommt noch hinzu, dass sie in denkmalgeschützten Gebäuden untergebracht sind, wo bauliche Veränderungen oftmals nicht möglich erscheinen.

Verbesserungen müssen jedoch nicht immer teuer und zeitintensiv sein. Manchmal haben schon kleine Veränderungen eine große Wirkung! Als Verband sehen wir es als unsere Aufgabe an, existierende Berührungspunkte vonseiten der Museen abzubauen und die Museumsmitarbeiter entsprechend zu sensibilisieren. Unser Ziel ist es, dass sich immer mehr Museen öffnen für Menschen mit Behinderungen und mit publikumsorientierter, inklusiver, generationen- sowie kulturübergreifender Museumsarbeit ihren Teil zu einer besseren/inklusive Gesellschaft beitragen.“

**Bettina Scheeder, Geschäftsführerin Museumsverband Rheinland-Pfalz e.V.**

## 6. Tipps für die Angebotsgestaltung

### Drei einfache Grundregeln mit großer Wirkung



#### Räder-Füße-Regel

Sind die Angebote sowohl für Gäste mit Rollstuhl, Rollator oder Kinderwagen als auch für gehende Besucher durchgängig nutzbar?



#### Zwei-Sinne-Prinzip

Sind die Informationen durch mindestens zwei der Sinne (Sehen, Hören, Fühlen) wahrnehmbar?



#### KISS-Regel

Keep it short and simple – nach dem Prinzip „Mach es kurz und einfach“ sollten alle Informationen einfach und verständlich aufbereitet sein.

Auf den folgenden Seiten haben wir Ihnen ein paar konkrete Tipps zusammengestellt, wie Sie Ihr Angebot für die einzelnen Gästegruppen optimieren können.



„Im Nationalpark darf Natur Natur sein. Und trotzdem ist das Thema Inklusion ein ganz wichtiges. Denn wir wollen den Nationalpark für alle erlebbar machen. Das geht nicht überall. Wir haben aber schon zahlreiche Maßnahmen entwickelt, um den Nationalpark für Menschen mit Behinderung besser erlebbar zu machen.“

So können Rollstühle mit Zugmaschine geliehen werden. Das hilft, auch in etwas unwegsamem Gelände zurechtzukommen. Darüber hinaus bieten wir Rangertouren in Gebärdensprache an, bauen an anderer Stelle einen Steg, um auch durch Moore zu führen. Unsere Nationalpark-Tore sollen ebenfalls – so gut es geht – barrierefrei gestaltet werden. Besonders hilfreich ist dabei der regelmäßige Austausch, den wir über eine Expertengruppe haben. Hier beraten uns Menschen mit verschiedenen Beeinträchtigungen, die nächsten Schritte anzugehen. Einer der größten, den wir noch vor uns haben, ist, dass sich das Umfeld von Gastgebern mitentwickelt. Gelingt es nicht, auch barrierefrei essen, trinken oder schlafen zu können, wird auch der Nationalpark nicht als barrierefrei gesehen. Aber auch hier sind wir über unsere Partnerinitiative auf einem guten Weg.“

**Sören Sturm, Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald**

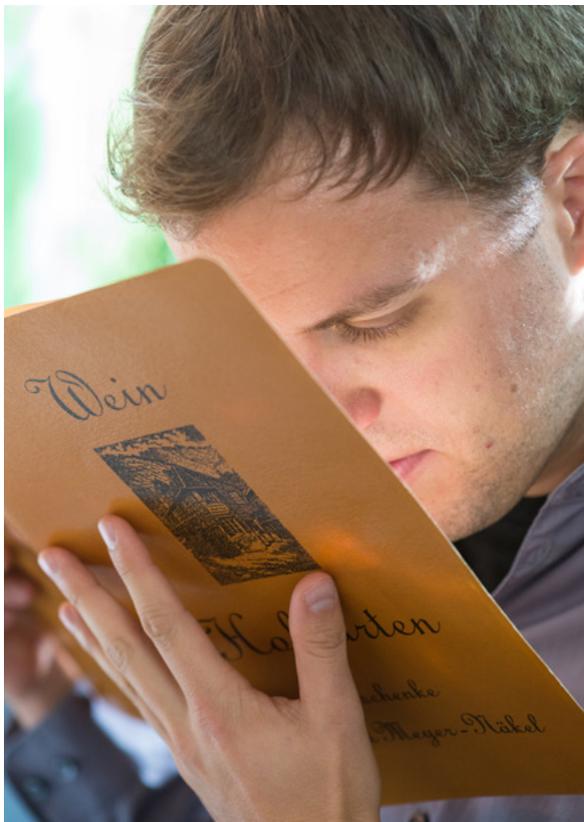


## Angebotsverbesserung für Menschen mit Gehbehinderung und Rollstuhlfahrer

- Stellen Sie einen Abholdienst und/oder einen Gepäcktransfer zur Verfügung.
- Behindertenparkplätze sollten sich in unmittelbarer Entfernung zum Eingangsbereich befinden.
- Reden Sie mit Rollstuhlfahrern auf Augenhöhe, indem Sie sich einen Stuhl heranziehen.
- Ebenerdige Dusche, Haltegriffe und Duschkocker müssen nicht wie im Krankenhaus aussehen.
- Bringen Sie im Sanitärbereich Handtuchhalter in einer tieferen Höhe an.
- Instruieren Sie Ihr Servicepersonal, dass Duschkopf und Handtücher auch sitzend erreichbar sein müssen.
- Bringen Sie in Kleiderschränken eine absenkbare Kleiderstange an oder schaffen Sie zugänglichen Stauraum.
- Stellen Sie Ihre Prospekte in unterschiedlichen Griffhöhen auf.
- Denken Sie daran, dass Rollstuhlfahrer größere Bewegungsflächen vor Türen und z.B. Schränken benötigen.
- Stellen Sie keine Gegenstände/Möbel in die Bewegungsflächen, z.B. vor die Toiletten.
- Leihen Sie sich einen Rollstuhl (Sanitätshaus) aus und testen Sie, wo die Schwachstellen in Ihrem Haus sind.
- Oftmals helfen schon kleine Servicemaßnahmen, um eine spürbare Verbesserung zu schaffen.
- Achten Sie auf die Unterfahrbarkeit von Tischen (Gastronomie).
- Planen Sie Ihre Ausstellung etc. so, dass Ausstellungsobjekte auch im Sitzen einsehbar sind.
- Stellen Sie Sitzmöglichkeiten zur Verfügung.

## Angebotsverbesserung für Menschen mit Sehbehinderung und blinde Gäste

- Gestalten Sie Ihren Eingangsbereich kontrastreich und leuchten Sie ihn gut aus.
- Sorgen Sie für Kontrastelemente an Glastüren, gute Beleuchtung in Fluren etc.
- Bringen Sie helle Kontraststreifen an den Kanten von Treppenstufen an.
- Verwenden Sie deutliche Wegweiser in Ihrem Museum oder Ihrer Ausstellung.
- Achten Sie bei Ihren Informationsmedien auf kontrastreiche Gestaltung mit serifenloser Schrift.
- Halten Sie eine Speisekarte in Großschrift bereit.
- Bieten Sie ein Set an Lesebrillen an.
- Sprechen Sie blinde Gäste direkt mit Namen an und stellen Sie sich mit Namen vor.
- Achten Sie bei Treppenaufgängen darauf, dass ein Handlauf vorhanden ist.
- Stellen Sie Ihre Speisekarte zur Vorlesung auf der Website ein.
- Erhabene Türnummern helfen dem blinden Gast sein Zimmer wiederzufinden.
- Aufzüge sollten eine Sprachausgabe an den Stockwerken haben.
- Etagennummern in Aufzügen sollten taktil erfassbar sein.
- Bieten Sie blinden Gästen eine Hausführung an, damit diese sich besser orientieren können.
- Verschieben Sie keine Gegenstände, sollte ein blinder Gast mehrere Tage in Ihrem Haus sein.
- Im Museum helfen Audioguides und Tastelemente den Museumsbesuch zum Erlebnis zu machen.
- Schalten Sie während des Gesprächs störende Nebengeräusche ab.
- Sprechen Sie während einer Führung alle Sinne an.



Wissen, was im Tourismus läuft! Verpassen Sie keine Neuigkeiten und melden Sie sich für den Newsletter in unserem Informationsportal für den Tourismus in Rheinland-Pfalz an. Dort finden Sie auch alle Informationen zum Thema Barrierefreiheit. Die Termine unserer Sensibilisierungsseminare werden ebenfalls dort zuerst veröffentlicht.  
[www.rlp.tourismusnetzwerk.info/newsletter](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/newsletter)



## Angebotsverbesserung für Menschen mit Hörbehinderung und gehörlose Menschen

- Ein ruhiges Umfeld hilft Gästen mit Hörschwierigkeiten eine angenehme Kommunikation zu führen.
- Schauen Sie den Gast beim Sprechen auch direkt an.
- Bieten Sie Audioguides für Führungen an.
- Für Tagungen und Veranstaltungen empfiehlt es sich, eine FM-Anlage bereitzuhalten.
- Mit Videoguides können Sie Informationen in Gebärdensprache anbieten.
- Videoguides bieten auch Ihren anderen Gästen Bildmaterial und Detailansichten.
- Schriftliche oder bildliche Informationen helfen das Verständnis zu stärken.
- Visuelle Hilfsmittel im Hotelzimmer bieten mehr Sicherheit, z.B. Telefon mit Blinklicht.



! In der Rheinland-Pfalz App sind viele Tourentipps, vor allem Rad- und Wandertouren, hinterlegt. Seit 2017 können auch Touren mit Medieninhalten (Audio und Video) in die App eingebunden werden. So können Orte/Regionen auch Touren für spezielle Zielgruppen erstellen, z.B. einen Videoguide in Gebärdensprache. Alle Informationen zu barrierefreien Rad-, Wanderwegen sowie zur barrierefreien Infrastruktur sollen für den Gast über die App zur Verfügung gestellt werden, soweit dies möglich ist.

## Angebotsverbesserung für Menschen mit kognitiven Einschränkungen

- Bringen Sie deutliche Wegweiser in Ihrem Museum oder Ihrer Ausstellung an.
- Verwenden Sie einfach zu verstehende Signale oder Piktogramme bzw. Informationen in Leichter Sprache.
- Bieten Sie eine Speisekarte mit ansprechenden Bildern der Mahlzeiten an.
- Eine bebilderte Speisekarte hilft auch ausländischen Gästen weiter.
- Sprechen Sie deutlich und verständlich; vermeiden Sie lange, verschachtelte Sätze und Fremdwörter.
- Beispiele aus dem täglichen Leben können helfen, komplizierte Sachverhalte zu erklären.



## Angebotsverbesserung für ältere Gäste

- Erklären Sie alle wichtigen Informationen mit einer klaren, deutlichen und langsamen Aussprache.
- In einem Beherbergungsbetrieb hilft eine kurze Hausführung zur Orientierung.
- Bieten Sie kleine Portionen auf der Speisekarte an und deklarieren Sie sie nicht als Seniorenteller.
- Legen Sie ein Set mit Lesebrillen für Ihre Gäste bereit.
- Stellen Sie Sitzmöglichkeiten zur Verfügung.

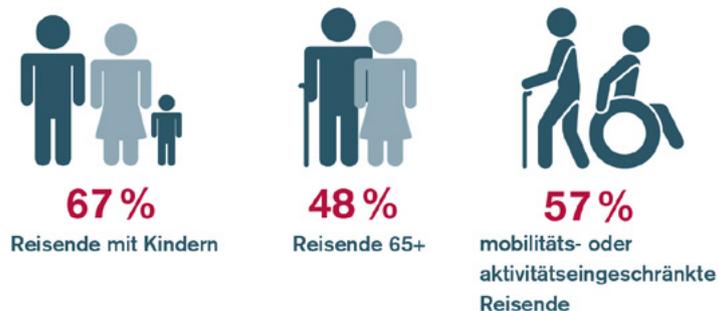


## 7. Differenziertes Marketing für differenzierte Gästebedürfnisse

Die schönste Zeit des Jahres möchten alle Gäste an einem Ort verbringen, der sie emotional begeistert. Bewerben Sie Ihre barrierefreien Angebote daher über das Reiseerlebnis selbst. Denn oftmals reisen Menschen mit, die selbst nicht unmittelbar auf Barrierefreiheit angewiesen sind, aber dennoch davon profitieren.

Im Vordergrund bei der Buchungsmotivation steht das Reiseerlebnis. Vermarkten Sie also die gesamte Erlebniswelt Ihres Betriebs, Ihres Ortes oder Ihrer Region und ergänzen Sie die Angebote für jede Zielgruppe mit spezifischen Angaben zur Barrierefreiheit. Nutzen Sie vor allem Ihre Alleinstellungsmerkmale und entwickeln Sie hierfür ebenfalls barrierefreie Angebote. Die Vermittlung allein von technischen Daten und Fakten regt die Gäste nicht zur Buchung an. Sorgen Sie dafür, dass Sie die Wünsche der Gäste direkt ansprechen und mit einladenden Fotos Lust auf Ihr Angebot machen. Je nach Gästegruppe sollten entsprechende Texte und Fotos gewählt werden. Denn eine junge Familie wird sich wohl kaum angesprochen fühlen, wenn auf dem Cover Ihrer Broschüre ein älterer Rollstuhlfahrer abgebildet ist. Und umgekehrt gilt dasselbe. Eine ehrliche, eindeutige und verlässliche Information ist wichtig und scheuen Sie sich nicht, Barrieren in Ihrem Angebot offen zu benennen, damit der Gast selber entscheiden kann, ob das Angebot für ihn geeignet ist oder nicht.

### Statistik der Reisenden, die sich vor Reiseantritt über Zugänglichkeitsbedingungen informieren <sup>(1)</sup>



Die Internetseite der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH zum Thema „Barrierefreies Reisen“ ist auf Basis der BITV-Prüfschritte erstellt worden. Auf der Seite können alle zertifizierten Angebote über eine Suchfunktion dargestellt werden. [www.barrierefrei.gastlandschaften.de](http://www.barrierefrei.gastlandschaften.de)

Quelle 1: GfK Belgien, University of Surrey, NeumannConsult & ProAsolutions (2014): Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe. Eine Studie im Auftrag der EU-Kommission. Brüssel.

## Informationsquellen für Behinderte und ältere Menschen sowie Familien mit Kindern <sup>(1)</sup>



### Checkliste: barrierefreie Kommunikation

- Infos in Leichter Sprache nach der KISS-Regel „Keep it short and simple“ (Halte es kurz und einfach)
- Eindeutige, gut sichtbare, auf einer lesbaren Höhe, blendfreie und kontrastreiche Informationsschilder (z.B. für Kinder, Rollstuhlfahrer oder kleine Menschen)
- Zwei-Sinne-Regel: Infos über mind. 2 Sinne wahrnehmbar (z.B. Beschreibung eines Ausstellungsstücks als Text lesbar sowie mit einem Audioguide hörbar)
- Ausreichend große Schriftart
- Schnörkellose (serifenlose Schriftarten, wie z.B. Arial, Verdana)
- Kontrastreiche Schriftfarben und Hintergründe, z.B. schwarz-weiß oder blau-weiß
- Keine Unterstreichungen oder kursive Schriften
- Einfache, unmissverständliche und international verständliche Piktogramme

### Checkliste: barrierefreie Website

- Verständliche und übersichtliche Navigation
- Möglichkeit, Schrift zu vergrößern und Kontrast zu erhöhen
- Bilder und Grafiken sind mit Alternativtexten versehen
- Screenreader kann Texte und Bildbeschreibungen vorlesen
- Menüpunkt Barrierefreiheit fasst alle wichtigen Informationen zum Thema zusammen und erleichtert die Orientierung. Unabhängig davon sollten die wichtigsten Infos zu Komfort und Service auch in den allgemeinen Beschreibungen, z.B. vom Zimmer oder zum Thema (Kultur, Kulinarik, Familie etc.), zu finden sein.
- BITV-Test ermöglicht eine umfassende und zuverlässige Prüfung der Barrierefreiheit von informationsorientierten Webangeboten. Dieses Prüfverfahren umfasst 49 Prüfschritte mit ausführlichen Erläuterungen, die sagen, was genau geprüft wird, warum das wichtig ist und wie in der Prüfung vorzugehen ist. Das Verfahren ist im Detail offengelegt und die Bewertung erfolgt nach einem Punktesystem. Ausführliche Informationen finden Sie unter [www.bitv-test.com](http://www.bitv-test.com).

## 8. Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“

### Vorteile des professionellen Kennzeichnungssystems

Geprüft. Verlässlich. Detailliert. – ist die Devise, nach der das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. gemeinsam mit NatKo-Tourismus für Alle Deutschland e.V. das bundesweite Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ in mehrjähriger Zusammenarbeit und Abstimmung mit zahlreichen Betroffenenverbänden sowie touristischen Verbänden entwickelt hat. Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH ist Lizenznehmer von „Reisen für Alle“ und führt die Zertifizierung von Betrieben in Rheinland-Pfalz durch.

Gerade für Gäste mit Einschränkungen stellen detaillierte und vor allem verlässliche Informationen über die Nutz- und Erlebarkeit von touristischen Angeboten eine wesentliche Grundlage für die Reiseentscheidung dar. Aus diesem Grund wurde das bundesweit einheitliche Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ entwickelt. Es basiert auf detaillierten Qualitätskriterien, die direkt vor Ort von geschulten Erhebern überprüft werden. So kann der Gast alle Informationen, wie z.B. Zugangsbreiten, Bewegungsfläche oder spezielle Serviceleistungen, online einsehen und somit seine Reiseentscheidung auf Basis verlässlicher Informationen treffen.



„Rheinland-Pfalz hat viel zu bieten. Barrierefreier Tourismus gehört dazu. In den letzten Jahren haben wir schon viel erreicht. Barrierefreie, touristische Highlights wie das Hambacher Schloss und die Festung Ehrenbreitstein, barrierefreie Mobilität mit den neuen Zügen im Rheinland-Pfalz-Takt und 10 Modellregionen, die engagiert ‚Tourismus für Alle‘ umsetzen, machen das deutlich. Über 300 Betriebe haben die Zertifizierung ‚Reisen für Alle‘ erreicht. Damit sind wir im bundesweiten Vergleich führend. Machen Sie mit, wir brauchen noch viele weitere engagierte Betriebe, damit Rheinland-Pfalz ein attraktives Reiseland für den ‚Tourismus für Alle‘ wird.“

**Matthias Rösch, Landesbeauftragter für die Belange behinderter Menschen**

Die Zertifizierung kann für sieben Anspruchsgruppen und in zwei Stufen (teilweise barrierefrei, barrierefrei) vergeben werden. Bei der Erhebung wird die Barrierefreiheit für alle Zielgruppen überprüft, die Zertifizierung wird allerdings nur für die Gruppen verliehen, für die der Betrieb teilweise bzw. barrierefrei ist.

- Menschen mit Gehbehinderung
- Rollstuhlfahrer
- Menschen mit Hörbehinderung
- Gehörlose Menschen
- Menschen mit Sehbehinderung
- Blinde Menschen
- Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung

## Kennzeichen



Das Kennzeichen „**Information zur Barrierefreiheit**“ signalisiert, dass detaillierte und geprüfte Informationen zur Barrierefreiheit für alle Personengruppen vorliegen.



Das Kennzeichen „**Barrierefreiheit geprüft**“ bedeutet, dass zusätzlich die Qualitätskriterien für bestimmte Personengruppen teilweise oder vollständig erfüllt sind. Es wird um die Piktogramme der jeweiligen Personengruppe ergänzt.



„**Barrierefreiheit geprüft: teilweise barrierefrei**“: Die Qualitätskriterien sind für die dargestellte Personengruppe teilweise erfüllt, d.h., das Angebot ist für Rollstuhlfahrer teilweise barrierefrei. Das „i“ im Piktogramm signalisiert, dass man noch einmal genauer nachlesen sollte, ob das Angebot den eigenen Ansprüchen genügt.



„**Barrierefreiheit geprüft: barrierefrei**“: Die Qualitätskriterien sind für die dargestellte Personengruppe erfüllt, d.h., das Angebot ist für Rollstuhlfahrer barrierefrei.

Musterkennzeichnung „**Barrierefreiheit geprüft**“:



So könnte eine Kennzeichnung für ganz oder teilweise barrierefreie Angebote in einer Broschüre oder in einem Hotel aussehen.



### Aktuelle Informationen

Die aktuellen Qualitätskriterien von „Reisen für Alle“ sowie die Anmeldeunterlagen können Sie bequem online einsehen: [www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei)

## Ablauf der Zertifizierung

1. Anmeldeunterlagen anfordern unter [barrierefrei@gastlandschaften.de](mailto:barrierefrei@gastlandschaften.de) und unterschrieben zurücksenden.
2. Ein geschulter Erheber stimmt mit Ihnen einen Termin ab.
3. Der Erheber überprüft vor Ort Ihren Betrieb nach den Kriterien von „Reisen für Alle“.
4. Die Daten werden an die zentrale Prüfstelle beim Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. zur Auswertung weitergegeben.
5. Teilnahme am Sensibilisierungsseminar (online).
6. Gebühren bezahlen (165 Euro zzgl. MwSt.) (Preisanpassungen vorbehalten).
7. Ihr Betrieb ist zertifiziert nach „Reisen für Alle“, (Gültigkeit 3 Jahre).

## Mehrwert für Betriebe und Orte

- ⊕ Kostenlose Teilnahme an der Online-Schulung, eine Weiterbildung für Ihre Mitarbeiter.
  - ⊕ Zertifizierungsurkunde mit Ihrer Kennzeichnung.
  - ⊕ Prüfberichte mit zuverlässigen und detaillierten Informationen für Ihre Gäste.
  - ⊕ Logos und Piktogramme als Aufkleber und in digitaler Form für die Einbindung in Ihre Kundenkommunikation.
  - ⊕ Darstellung auf den Internetseiten **[www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de)** und **[www.gastlandschaften.de](http://www.gastlandschaften.de)**.
- Voraussetzung für die Darstellung auf [www.gastlandschaften.de](http://www.gastlandschaften.de), ist die Teilnahme am landesweiten Informations- und Reservierungssystem [deskline](http://www.deskline.de)®. Für die Teilnahme an [deskline](http://www.deskline.de)® können Zusatzkosten entstehen.**
- ⊕ Sie bekommen wichtige Hinweise zu möglichen Verbesserungs-/Ergänzungsmöglichkeiten auf dem Weg zum barrierefreien Betrieb.
  - ⊕ Ab 2019 Vermarktung über ADAC, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. und Bahn.



„Durch die Zertifizierung nach ‚Reisen für Alle‘ erhalten Betriebe wertvolle Tipps für die weitere Verbesserung des Angebots in Sachen Barrierefreiheit und der Prüfbericht gibt den Mitarbeitern Sicherheit bei Gästeanfragen von Menschen mit Behinderung. Darüber hinaus können sich die Betriebe mit dem Siegel professionell auf einem Markt positionieren, der immer größer wird und wirtschaftlich interessant ist. Denken wir an den demografischen Wandel, werden Komfortargumente wie größere Zimmer und Bäder sowie zusätzliche Serviceangebote immer wichtiger. Ich kann die Mitgliedsbetriebe des DEHOGA nur dazu ermuntern, sich mit den Inhalten dieses Leitfadens zu beschäftigen und sich auf den Weg zu mehr Komfort und Barrierefreiheit zu machen.“

**Gereon Haumann, Präsident DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.**

## 9. Barrierefreie Rad- und Wanderwege planen und umsetzen

**Aktiv in der Natur unterwegs sein ist die zentrale Reisemotivation vieler Menschen. Rheinland-Pfalz hat sich in den letzten Jahren als Wander- und Radfahrdestination gemauert. International bekannte Flussradwege, wie z. B. Rhein- und Moselradweg, aber auch zahlreiche Premiumwanderwege ziehen aktive Gäste aus nah und fern an. Auch Menschen, die sich nach einer Erkrankung, einem Unfall oder aufgrund des Alters nicht mehr so bewegen können, wie sie möchten, interessieren sich nach wie vor für aktive Erlebnisse in der Natur.**

Barrierefreie Rad- und Wanderwege ergänzen die Servicekette und bieten insbesondere Menschen im Rollstuhl die Chance, die Natur wieder aktiv genießen zu können. „Reisen für Alle“ bietet die Möglichkeit, Rad- bzw. Wanderwege zertifizieren zu lassen. Die Kriterien von „Reisen für Alle“ liefern wichtige Hinweise, z.B. zu Wegbreiten und Steigungswerten. Neben diesen Kriterien hat Rheinland-Pfalz als erstes Bundesland seine landesweiten Leitfäden zu den Themen Radfahren (HBR) und Wandern (Wanderwege-Leitfaden) im Bereich Barrierefreiheit fortgeschrieben.

Rheinland-Pfalz hat dabei die Vorgaben von „Reisen für Alle“ deutlich konkretisiert und Standards für Beschilderung, Informationen entlang des Weges und Rastmöglichkeiten in den jeweiligen Leitfäden geschaffen. Darüber hinaus liefern die beiden Leitfäden wertvolle Tipps, wie interessierte Orte/Regionen bei der Planung und Umsetzung von barrierefreien Rad- und Wanderwegen vorgehen sollten.

Die Kosten für die Kennzeichnung richten sich nach dem Aufwand der Erhebung und werden auf Basis der Angaben des Prüfauftrags kalkuliert sowie den Kosten für die Kennzeichnung (Grundentgelt für die Kennzeichnung beträgt 149 Euro zzgl. MwSt. (bis 5 km, inkl. Rastplätzen, Parkplätzen, WC, Informationstafeln etc.), alle weiteren 5 km kosten 50 Euro zzgl. MwSt.), Preisadjustierungen vorbehalten.



Die Leitfäden können im Tourismusnetzwerk unter [www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei) eingesehen oder unter [barrierefrei@gastlandschaften.de](mailto:barrierefrei@gastlandschaften.de) angefragt werden.



### Barrierefreie touristische Wegeleitsysteme

Orte, die ihr touristisches Wegeleitsystem barrierefrei erweitern oder umrüsten wollen, finden wertvolle Tipps zum konkreten Vorgehen in dem Leitfaden „Barrierefreie touristische Wegeleitsysteme“. Der Leitfaden kann online unter [www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei) heruntergeladen werden.



## 10. Nützliche Adressen

### Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Löhrstraße 103–105, 56068 Koblenz  
E-Mail: [barrierefrei@gastlandschaften.de](mailto:barrierefrei@gastlandschaften.de)  
[www.barrierefrei.gastlandschaften.de](http://www.barrierefrei.gastlandschaften.de);  
[www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei)

### Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V.

Charlottenstraße 13, 10969 Berlin  
E-Mail: [info@dsft-berlin.de](mailto:info@dsft-berlin.de)  
[www.dsft-berlin.de](http://www.dsft-berlin.de); [www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de)

### NatKo – Nationale Koordinationsstelle für Tourismus für Alle e. V.

Fleher Straße 317a, 40223 Düsseldorf  
E-Mail: [info@natko.de](mailto:info@natko.de); [www.natko.de](http://www.natko.de)

### Landesbeauftragter für die Belange behinderter Menschen

Matthias Rösch  
Ministerium für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demografie Rheinland-Pfalz  
Bauhofstraße 9, 55116 Mainz  
Tel.: 06131/16-0, [www.inklusion.rlp.de](http://www.inklusion.rlp.de)

### Bauen und Planen

Zu den baurechtlichen Fragen, insbesondere zu gesetzlichen Anforderungen und Zulässigkeit von Abweichungen, beraten die unteren Bauaufsichtsbehörden. Dies sind

- die Kreisverwaltungen,
- in kreisfreien und großen kreisangehörigen Städten die Stadtverwaltungen,
- die Verbandsgemeindeverwaltungen, sofern eine entsprechende Übertragung der Aufgaben besteht.

### Landesberatungsstelle Barrierefrei Bauen und Wohnen

Seppel-Glückert-Passage 10, 55116 Mainz  
Tel.: 06131/223078  
E-Mail: [barrierefrei-wohnen@vz-rlp.de](mailto:barrierefrei-wohnen@vz-rlp.de)  
[www.barrierefrei-rlp.de](http://www.barrierefrei-rlp.de); [www.landesberatungsstelle.de](http://www.landesberatungsstelle.de)

### Förderprogramme

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau/Tourismusreferat  
Stiftsstraße 9, 55116 Mainz  
Tel.: 06131/16-0; [www.mwvlw.rlp.de](http://www.mwvlw.rlp.de)

### Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)

Holzhofstraße 4, 55116 Mainz  
Tel.: 06131/6172-0; [www.isb.rlp.de](http://www.isb.rlp.de)

## Literaturempfehlungen und Links

### Weitere Leitfäden der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Wanderwege-Leitfaden: Ergänzungsband Barrierefreiheit  
HBR: Ergänzungsband Barrierefreiheit  
Leitfaden für barrierefreie touristische Wegeleitsysteme, [www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info/barrierefrei)

### Barrierefrei Bauen – Leitfaden für die Planung

Ministerium der Finanzen des Landes Rheinland-Pfalz, [www.fm.rlp.de](http://www.fm.rlp.de)

### Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion

Deutscher Museumsbund e. V.  
[www.museumsbund.de](http://www.museumsbund.de)

### Design für Alle und Tourismus: Mehrwert für Destinationen – ECA 2017

Design für Alle – Deutschland e. V.  
[www.design-fuer-alle.de](http://www.design-fuer-alle.de)

### Einfach für Alle

Aktion Mensch e. V.  
[www.einfach-fuer-alle.de](http://www.einfach-fuer-alle.de)

### Barrierefreies Naturerleben planen

Europarc Deutschland e. V.  
[www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de)

## 11. Impressum, Bildnachweise

### Das könnte Ihr Umsatz sein:

Der runde Geburtstag, bei dem Oma Klara (Rollatornutzerin) unbedingt mitfeiern soll.

**Gastgeber, die den Themen „Qualität“ und „Barrierefreiheit“ keine Beachtung schenken, werden diesen Umsatz nicht generieren!**

### 30 Personen

Sektempfang  
Kaffee und Kuchen  
Kalt-Warm-Bufferet  
Getränkepauschale  
Mitternachtssnack

5,00 Euro pro Person  
8,00 Euro pro Person  
28,50 Euro pro Person  
17,50 Euro pro Person  
8,50 Euro pro Person

### 12 Personen

Übernachtung  
inkl. Frühstück

102,00 Euro pro Person

**Gesamter Umsatz**

**3.249 Euro (brutto)**

---

### IMPRESSUM

Herausgeber: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Löhrrstraße 103–105, 56068 Koblenz, Deutschland

Gestaltung: shapefruit AG, Bad Neuenahr, Deutschland

Fotos: shutterstock.de S. 9, 10, 11, 16, 20, 29  
Alle anderen, falls nicht anders gekennzeichnet: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH/Dominik Ketz.

Druckfehler und Preisänderungen vorbehalten.  
Stand 2018



**Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH**

Löhrstraße 103-105 · 56068 Koblenz

Tel.: 0261 / 915 20-0

Fax: 0261 / 915 20-40

[www.rlp.tourismusnetzwerk.info](http://www.rlp.tourismusnetzwerk.info)

Alle unsere Social-Media-Kanäle –  
gebündelt und übersichtlich:

