

Wettbewerbsbeitrag Erlebnis NRW 2015

Titel: alle inklusive – barrierefrei & seniorengerecht

Ziel:

Ausbau bestehender und Entwicklung neuer touristischer Angebote für die Zielgruppen Senioren und Menschen mit Behinderungen. Auch im Bereich Kommunikation und Marketing sollen diese Zielgruppen besser angesprochen werden und eine möglichst barrierefreie Mediennutzung implementiert werden. Hierzu gehört z.B. die präzise Beschreibung der Barrierefreiheit der Angebote, damit Menschen mit Einschränkungen selbst für sich abschätzen können, ob das Angebot für sie machbar ist. Wir wollen dem demographischen Wandel aktiv begegnen und gleichzeitig mehr barrierefreie Angebote schaffen und damit einen Beitrag zur Inklusion leisten. Diese touristischen Angebote werden nur dann ausgebaut, wenn ein direkter oder indirekter Bezug zur Stärkung der KMU der Tourismuswirtschaft erkennbar ist.

Nutzen des Projekts:

Das Projekt beseitigt Barrieren und erhöht die Sicherheit, den Komfort und den Service des touristischen Gesamtportfolios. Dadurch wird die Region als Reiseziel für die beschriebenen Zielgruppen attraktiver und "machbarer". Dies führt zur Gewinnung neuer Gäste, aber auch zur längeren Bindung der Stammkunden, die sich auch mit im Lebensverlauf eintretenden körperlichen Einschränkungen weiter im Bergischen betätigen und wohlfühlen können. Ein Zuwachs der Gästezahlen generiert eine höhere touristische Wertschöpfung für die Region und stärkt die KMU. Alle infrastrukturellen Verbesserungen nutzen auch andere Zielgruppen (z.B. Familien mit kleinen Kindern) und die Einheimischen.

Arbeitsschritte:

1. Sensibilisierung und Schulung der regionalen Akteure (Kommunen und Betriebe) für die Themen seniorengerechter und barrierefreier Tourismus
2. Bildung eines Netzwerks (dauerhaft) und Projektbeirats unter Beteiligung von Menschen mit Behinderungen und von Senioreneinrichtungen
3. Systematische Barrierenerfassung der touristischen Angebote (Wege, Sehenswürdigkeiten, Betriebe) und detaillierte Beschreibung der Barrieren (u.a. Stufenhöhe, Türbreite, Entfernungen zwischen den Sitzmöglichkeiten, Toilettensituation)
4. Identifizierung und Durchführung von punktuellen Verbesserungsmaßnahmen (z.B. Querungshilfen bei Radwegen, Sitzbänke mit Seitenlehne, Handläufe an schwierigen Passagen oder Steilstücken, behindertengerechte Trockentoiletten an leichten Wegen). Die Maßnahmen werden nur dort umgesetzt, wo ein direkter KMU-Bezug (Gastgeber) vorhanden ist.
5. Ausarbeitung und Umsetzung neuer seniorengerechter und barrierefreier spezifischer Angebote (z.B. leichte Spazierwege, Audioguides für Blinde, Gästeführung von Sitzbank zu Sitzbank), wo wiederum der direkte KMU-Bezug gegeben ist.
6. Neue Serviceleistungen zur Erhöhung des Komforts und der Sicherheit (z.B. Radtransport durch ÖPNV bei Steigungsstücken inkl. Fahrradein- und Ausladehilfe)
7. Verbesserte zielgruppenspezifische Information und Kommunikation (barrierefreie touristische Website, definierte Mindestschriftgröße bei Druckerzeugnissen, Integration der Information zur Barrierefreiheit in die bestehenden Angebotsbeschreibungen)

8. Spezifisches Zielgruppenmarketing (z.B. auch an Behindertenverbände und Senioreneinrichtungen) und Integration der neuen Angebote in das bestehende regionale Tourismusmarketing
9. Informationsbereitstellung über die neuen Angebote für die Tourismusbetriebe (KMU)

Stärkung der Tourismuswirtschaft:

In den beiden beteiligten Kreisen befinden sich weit mehr als 1.000 KMU, die man direkt der Tourismuswirtschaft zurechnen kann.

Beherbergungsbetriebe (über 400), Schank- und Speisewirtschaft (über 600 Betriebe) und Freizeitbetriebe u.a. Museen, Hochseilgärten, Wassersportanbieter, Golfplätze (über 100 Anbieter). Hinzu kommen Imbisse, Eisdielen und eine Fülle von weiteren indirekten Profiteuren (Einzelhandel, Tankstellen, Landwirte, ÖPNV uvm.).

Die Stärkung der KMU durch das Projekt "alle inklusive" vollzieht sich auf drei verschiedene Weisen:

1. Durch die aus dem Projekt angebotenen Schulungen zum seniorenrechtlichen und barrierefreien Tourismus, an dem die regionalen KMU teilnehmen können, erhalten diese nicht nur eine thematische Sensibilisierung, sondern auch schon konkretes Know-How, das sie in die Lage versetzt, die eigenen Angebote besser auf diese neuen Kundenbedürfnisse einzustellen. Daraus erwächst ein Wettbewerbsvorteil. Ziel ist es, mindestens 50 Betriebe entsprechend zu schulen. Zusätzlich werden ca. 50 Multiplikatoren (Ortstouristiker u.ä.) ausgebildet, die dann in der Lage sind, auch nachhaltig durch ihre lokale Wissensweitergabe die Schulungsinhalte weiter zu geben und in ihre Tourismusarbeit vor Ort dauerhaft zu implementieren.
2. Durch gezielte Verbesserungen der Infrastruktur (Beseitigung oder Entschärfung von Barrieren, Erhöhung der Sicherheit u.a.) und durch die Entwicklung ganz spezieller zielgruppengerechter Angebote (Spazierwege, Komfortstrecken per Rad und zu Fuß usw.) werden neue Zielgruppen erreicht und vorhandene Gästegruppen länger an die Region gebunden. Diese Verbesserungen werden nur dann vorgenommen, wenn im direkten Umfeld der Maßnahme KMU profitieren (z.B. eine Gastronomie mit barrierefreien Toiletten als Ausgangs- und Endpunkt eines attraktiven, leichten Spazierwegs, der auch noch mit Ruhebänken in hoher Frequenz ausgestattet wird). So werden den Betrieben direkt neue Kunden zugeführt und ihre Wettbewerbsfähigkeit gestärkt. Von einer solchen direkten Verbesserung werden voraussichtlich mehr als 200 Betriebe profitieren.
3. Die Stärkung der Region bringt neue Kunden und erhöht so das "Grundrauschen". Unabhängig von der Einzelmaßnahme und der unmittelbaren Nähe oder dem unmittelbaren Bezug, profitiert so die ganze Region. Ein Gast, der sich bei Punkt A gut aufgenommen und betreut gefühlt hat, wird sehr viel leichter auch zu Punkt B, C oder D übergeben werden können. Wenn es also gelingt, der Region ein entsprechendes "Komfortimage" zu geben, werden alle Betriebe der Region hiervon profitieren.