



LAND  
BRANDENBURG

Ministerium für Wirtschaft  
und Energie



TOURISMUS

# BARRIEREFREIER TOURISMUS IM LAND BRANDENBURG

EIN PRAKTIKERLEITFADEN FÜR ANBIETER, KOMMUNEN UND REGIONEN

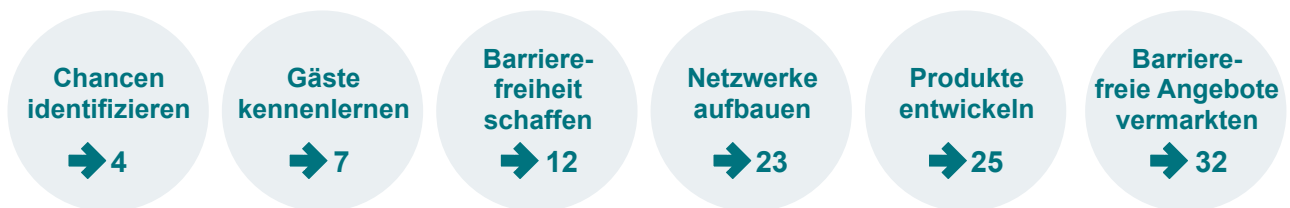


## Zielsetzungen und Aufbau des Leitfadens

Mit dem vorliegenden Leitfaden sollen Anbieter, Kommunen und Regionen im Land Brandenburg dabei unterstützt werden, barrierefreie Tourismusangebote zu entwickeln, sich untereinander zu vernetzen und zielgruppenorientiertes Marketing zu betreiben. Barrierefreiheit im Gastgewerbe und im öffentlichen Raum ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal, das Gästen und Einheimischen gleichermaßen zugutekommt.

Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen in sechs Schritten, wie Sie das Thema „Barrierefreiheit im Tourismus“ als **touristischer Anbieter, kommunaler Entscheidungsträger oder regionaler Tourismusverantwortlicher** angehen und vertiefen können. Über diesen Leitfaden hinaus stehen Ihnen ergänzende Checklisten und weiterführende Informationen im Tourismusnetzwerk Brandenburg zur Verfügung.

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)



## Vorwort

**Sehr geehrte Gastgeberinnen und Gastgeber in Unternehmen, Kommunen und Regionen,**

seit Jahren setzt sich das Land Brandenburg aktiv für Barrierefreiheit im Tourismus ein. Sie ist fest als Querschnittsthema in unserer aktuellen Landestourismuskonzeption verankert.

Mit dem Lausitzer Seenland und dem Ruppiner Seenland stellt Brandenburg gleich zwei Modellregionen im Netzwerk „Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“. Mit Informationen zur Barrierefreiheit von mehr als 900 touristischen Angeboten verfügen wir mittlerweile über die bundesweit mit Abstand größte Informationsbasis („Brandenburg für Alle“). Darauf können wir stolz sein.

Der Landtag hat beschlossen, die Vorreiterrolle Brandenburgs im barrierefreien Tourismus weiter zu stärken. Den Abgeordneten danke ich für diesen wichtigen politischen Impuls. Auf dessen Basis hat das Ministerium für Wirtschaft und Energie den vorliegenden Leitfaden erstellen lassen. Ein herzlicher Dank an alle, die sich dabei eingebracht haben.

Dieser Leitfaden zeigt konkrete Umsetzungsschritte für die Entwicklung barrierefreier Tourismusangebote in Betrieben, Kommunen



und Regionen des Landes Brandenburg auf. Damit möchten wir Sie unterstützen, noch mehr Barrierefreiheit im Tourismus zu schaffen.

Hier finden Sie Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung barrierefreier Einrichtungen und Infrastruktur und zur Entwicklung und Kommunikation barrierefreier Tourismusprodukte.

Nutzen Sie auch die Ergänzungsangebote im Tourismusnetzwerk Brandenburg! Dort sind Checklisten und weitere Detailinformationen zu einem breiten Themenspektrum für Sie bereitgestellt.

Beim Lesen des Leitfadens wünsche ich Ihnen interessante Einblicke und wertvolle Anregungen für Ihre Arbeit!

A handwritten signature in black ink, reading 'J. Steinbach'.

**Jörg Steinbach**  
Minister für Wirtschaft und Energie  
des Landes Brandenburg





Chancen  
identifizieren



Gäste  
kennenzulernen



Barriere-  
freiheit  
schaffen



Netzwerke  
aufbauen



Produkte  
entwickeln



Barriere-  
freie Angebote  
vermarkten



## 1. CHANCEN IDENTIFIZIEREN

Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändern sich. Den Tourismus stellen sie damit vor neue Herausforderungen, bieten ihm aber auch neue Chancen. Vor allem der demographische Wandel als Folge einer alternden Gesellschaft verlangt nach mehr Barrierefreiheit in der touristischen Produktentwicklung und Vermarktung. Service, Komfort und Nutzbarkeit werden für immer mehr Gäste zu unverzichtbaren Qualitätsmerkmalen – auch in der digitalen Welt! Alle touristischen Akteure können von diesem starken und weiter wachsenden Markt profitieren.

### **Die Gesellschaft ändert sich. Und damit auch der touristische Markt.**

2015 unternahmen Menschen mit Einschränkungen bzw. Behinderungen in Deutschland drei Millionen Urlaubsreisen.<sup>1</sup> Es könnten jedoch deutlich mehr sein – vorausgesetzt, es gäbe mehr Angebote sowie transparente Informationen zu deren Zugänglichkeit. Dieses „Mehr“ wünschen sich vor allem ältere Gäste. Denn obwohl sie mit zunehmendem Alter schlechter hören, sehen und gehen, möchten sie weiterhin verreisen

und Ausflüge machen. Damit wächst das Potenzial für barrierefreien Tourismus, denn genau diese älteren Gäste über 60 Jahre erreichen als zahlenstarke „Babyboomer“ derzeit peu à peu das Rentenalter. 2030 wird fast jeder Dritte Einwohner Deutschlands (34 %) älter als 60 Jahre alt sein.<sup>2</sup> Bis 2025 prognostizieren Experten jährlich zehn Millionen mehr Kurzurlaubsreisen bei den über 70-jährigen Reisenden.<sup>3</sup>

In einer alternden Gesellschaft wird sich das Nachfragepotenzial nach barrierefreien Angeboten alleine deshalb deutlich erhöhen, weil mit dem Alter Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen wahrscheinlicher werden. Barrierefreier Tourismus gehört damit zu den wichtigsten touristischen Wachstumssegmenten.

Barrierefreiheit ist für etwa 10 % der Bevölkerung unentbehrlich, für 40 % notwendig und für 100 % komfortabel.<sup>4</sup> Konsequenterweise umgesetzt, stellt Barrierefreiheit ein **Qualitätsmerkmal** dar, das zusätzlichen **Komfort und Service** in bestehende wie neue Attraktionen und Dienstleistungen integriert. Sie

richtet sich nicht nur an Gäste mit einer ständigen körperlichen, geistigen oder Sinnes-Behinderung. Von einer barrierefreien Infrastruktur und entsprechenden touristischen Angeboten profitieren noch weitaus mehr Menschen. Neben den bereits erwähnten älteren Gästen zählen hierzu Familien mit Kindern sowie die einheimische Bevölkerung – vor allem, wenn man bedenkt, dass in Brandenburg aktuell mehr Menschen mit Behinderung leben als im Bundesdurchschnitt und die Zahl älterer und hoch betagter Menschen deutlich zunehmen wird. (siehe Abbildung 1).

Das Nachfragepotenzial ist also erheblich und unterstreicht, dass dem barrierefreien Tourismus nicht nur eine sozialpolitische Dimension zukommt, sondern dass er ein **chancenträchtiger Markt** ist. Und dieser Markt ist im Land Brandenburg bereits gut aufgestellt: Auf der Webseite „Brandenburg barrierefrei“<sup>5</sup> sind bereits über 900 Angebote auf Barrierefreiheit geprüft und informieren ihre Gäste detailliert über ihre Zugänglichkeit.

---

Im Jahr 2020 wird die Zahl der Reisen von älteren und behinderten Gästen innerhalb der EU auf 862 Mio. Reisen pro Jahr steigen. Gelänge es, die barrierefreie Zugänglichkeit tourismusrelevanter Einrichtungen deutlich zu erhöhen, ließen sich sogar jährlich 1.231 Mio. Reisen realisieren.<sup>6</sup>

---

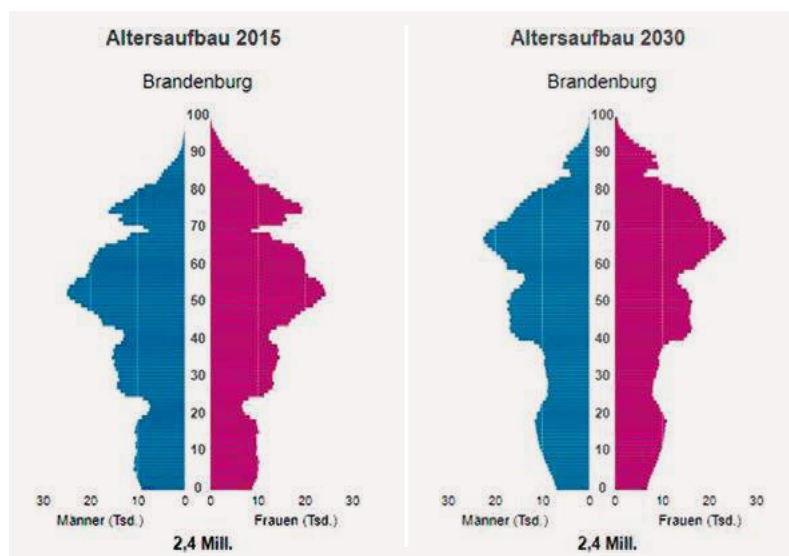


Abbildung 1: Bevölkerungspyramiden für das Land Brandenburg in den Jahren 2015 und 2030. Der Anteil älterer Menschen wird deutlich zunehmen.<sup>8</sup>

---

Im Jahr 2009 ist in Deutschland die UN Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UN-BRK) in Kraft getreten. Damit ist die gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe von Menschen mit Behinderungen, auch im Urlaub, ein Menschenrecht!

---

## Ein informatives

### Erklär-Video

zum barrierefreien  
Tourismus finden Sie unter

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/  
barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

## Sieben gute Argumente für den barrierefreien Tourismus

### ■ Sicherheit + Komfort = Qualität

Barrierefreiheit wird zum Qualitätsmerkmal, wenn sie allen Gästen einen sicheren, komfortablen und somit bequemen Urlaub ermöglicht.

### ■ Erhebliches Marktvolumen

In Deutschland leben derzeit 10,3 Mio. schwer- und leichtbehinderte Menschen. Das sind 13 % der Bevölkerung. Ihre Zahl wächst seit Jahren. Ältere sowie aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Reisende bieten deshalb als Gästegruppe ein großes Marktpotenzial.

### ■ Großes Marktwachstum

Aktuell sind in Deutschland 17,3 Mio. Menschen 65 Jahre alt oder älter. 2060 werden dies ca. 23 Mio. Menschen sein. Infolge dieses demographischen Wandels wächst auch die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten deutlich.

### ■ Vorliebe für deutsche Reiseziele

Menschen mit Aktivitäts- und Mobilitätseinschränkungen sowie ältere Gäste verbringen ihren Urlaub oft und mit Vorliebe in deutschen Reiseregionen.

### ■ Höhere Auslastung in der Nebensaison

Mehr als andere Urlauber bevorzugen aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste das Reisen in der Nebensaison.

### ■ Profil, Image und Wettbewerbsvorteile

Mit barrierefreien Angeboten können sich touristische Betriebe, Orte und Regionen profilieren und ihre Wettbewerbsposition verbessern.

### ■ Nutzen für die örtliche Bevölkerung

Von der barrierefreien Entwicklung eines Tourismusortes bzw. einer Tourismusregion profitieren auch die Einwohner, da die Lebens- und Aufenthaltsqualität vor Ort steigt.

## PRAXISBEISPIEL 1

### Brandenburger Städte und Kommunen gehen voran

Der Wunsch nach einem barrierefreien Umfeld wächst gleichermaßen für Gäste und Einheimische – sei es zum Wohnen, sei es zum Urlaub machen. Die Kommunen sind deshalb doppelt gefordert, eine barrierefreie Infrastruktur im öffentlichen Raum herzustellen.

Beispielhaft agierte hier die Gemeinde Schwielowsee: Sie erfasste zunächst die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum sowie bei ausgewählten Tourismusanbietern – um im Anschluss daran Verbesserungsmaßnahmen durchzuführen und die Leistungsträger miteinander zu vernetzen.

Besonders vorbildlich: Die Gemeinde hat für alle drei Ortsteile Flyer mit Karten für eine barrierefreie Wegeführung erstellt, auf denen Einheimische und Gäste auch zahlreiche Informationen zu Angeboten für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen finden. Die Flyer stehen auf der Webseite „Schwielowsee für Alle“ zum Download bereit und werden in der Tourist-Information angeboten.

[www.schwielowsee-tourismus.de/service/barrierefrei-reisen.html](http://www.schwielowsee-tourismus.de/service/barrierefrei-reisen.html)





## 2. GÄSTE KENNENLERNEN

### Zielgruppen betrachten

Reisende, die von barrierefreien Angeboten profitieren oder sie sogar zwingend brauchen, sind vor allem erst einmal Menschen, die auf Reisen bestimmte Dinge gerne tun:

Sie besuchen Museen oder Cafés, wandern oder fahren Rad, kaufen ein oder genießen Wellnessangebote. Sie bevorzugen die Stadt oder das Land, übernachten in exklusiven Hotels oder auf einfachen Campingplätzen. Sie tun das allein, zu zweit, als Familie oder in Gruppen. Und sie haben ein Werte-

gefüge, das ihr Selbstverständnis, ihr Verhalten und ihre Ansprüche bestimmt.

Zwar haben sie größere oder kleinere Einschränkungen, aber sie alle wünschen sich ein unbeschwertes Urlaubserlebnis – auch in Brandenburg. In all dem unterscheiden sie sich also nicht von anderen Reisenden – und demnach auch nicht von denjenigen, die laut dem Konzept zur Marke Brandenburg die wichtigsten Zielgruppen bilden:

---

**Weitere Infos zur Marke Brandenburg** bieten Ihnen der Leitfaden „Tourismus. Marke. Brandenburg: Neue Tourismusmarke in 36 Minuten verstehen“ und die Webseite [www.tourismusmarke-brandenburg.de](http://www.tourismusmarke-brandenburg.de)

---

## Die 5 Zielgruppen der Marke Brandenburg (Quelle: TMB)

	Selbstverständnis/Werte	Aktivitäten
 <p>Genussorientierte Natururlauber</p>	Natur, Familie, Kennenlernen, gutes Essen, Nachhaltigkeit, Qualität, körperliche Aktivität, Zeitautonomie	Natur, Genuss typischer Speisen/Getränke, Wandern, Wasseraktivitäten, Radfahren
 <p>Eventorientierte Smartshopper</p>	Leistungsstreben, hoher Anspruch an sich, viele Erlebnisse, Konsum/Kaufen, Status	Besuch von Events, Aufenthalt in der Natur, Besuch historischer/kultureller Sehenswürdigkeiten
 <p>Intellektuelle Kulturliebhaber</p>	Bildung, Niveau, körperliche und geistige Aktivitäten, Ruhe, sich etwas gönnen ...	Besuch kultureller/historischer Sehenswürdigkeiten, Museen, Ausstellungen, Natur
 <p>Qualitätsbewusste Entschleuniger</p>	Zeitautonomie, Bewegung, Genuss, Gesundheit, Qualität, Exklusivität	Spazieren, Natur, Sehenswürdigkeiten, Shopping, Events, Wellness
 <p>Gesellige Familien</p>	Familie, Sicherheit, Natur, Entspannung, Begegnung, Nachhaltigkeit, Geselligkeit	Zeit mit der Familie, Aktivitäten am, im und auf dem Wasser, Erlebniseinrichtungen, Natur



Viele Gäste dieser Zielgruppen sind in ihrer Aktivität oder Mobilität eingeschränkt. Hier erfahren Sie im Überblick, welche Wünsche und Erwartungen die Gäste an Barrierefreiheit haben:

## Gehbehinderte Gäste und Gäste im Rollstuhl



Es ist erstaunlich, wie viele Gäste aus den verschiedensten Ursachen dauerhaft oder vorübergehend in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Mal sind die Ursachen offensichtlich, mal sind sie unsichtbar:

- Weil ihre Behinderung durch das Hilfsmittel Rollstuhl deutlich sichtbar ist, werden Rollstuhlfahrer von allen behinderten Menschen am deutlichsten wahrgenommen.
- Offensichtlich ist die Einschränkung zum Beispiel auch bei Menschen mit gebrochenen Gliedmaßen.
- Deutlich wahrnehmbar ist sie auch bei älteren Menschen, die Rollatoren benutzen, wenn sie unbeweglicher oder unsicherer werden.
- Weniger sichtbar ist, dass die Sinne älterer Menschen nachlassen, sodass Schwerhörigkeit und Fehlsichtigkeit ihre Wahrnehmung trüben. In der Folge beeinflusst das nicht nur ihre Mobilität, sondern führt

auch zu einem höheren physischen Sicherheitsbedürfnis.

- Weniger sichtbar ist die eingeschränkte Mobilität zudem auch bei Menschen mit chronischen Erkrankungen wie Rheuma oder Herz-Kreislaufproblemen.
- Bei weiteren Gästegruppen müssen wir erst die Perspektive wechseln, um ihre Mobilitätseinschränkung zu erkennen: zum Beispiel bei Familien mit Kinderwagen und Gästen mit Fahrrädern oder großem Gepäck.

Sie alle begrüßen deshalb:

- ✓ Stufenlose Wege und Zugänge
- ✓ Keine Schwellen und Stufen
- ✓ Ausreichend breite Türen
- ✓ Treppen mit griffsicheren und beidseitigen Geländern
- ✓ Genügend Bewegungs- und Rangierflächen in Räumen
- ✓ Genügend Sitzmöglichkeiten
- ✓ Ausreichend Raum und Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen, Rollatoren etc.
- ✓ Barrierefreie Toiletten und Badezimmer
- ✓ Personen- und Gepäcktransport als Serviceleistung
- ✓ Kommunikation „auf Augenhöhe“, z. B. mit Tresen in Sitzhöhe

### PRAXISBEISPIEL 2

#### Pension Pustblume in Meyenburg

Die Pension bietet neben barrierefreien Einzel- und Doppelzimmern mit Pflegebetten und barrierefreien Küchen auch Tagesausflugsmöglichkeiten mit dem hauseigenen Fahrdienst an. Darüber hinaus werden Service- und Betreuungsleistungen innerhalb der Pension durch Hausdamen erbracht. Bei Bedarf kann auf eine Kooperation mit einem Pflegedienst zurückgegriffen werden.

[www.pustblume-pension.de](http://www.pustblume-pension.de)



Abbildung 2: Tastmodell in Bad Belzig  
(Quelle: TMB-Fotoarchiv, D. Ludwig)

## Sehbehinderte und blinde Gäste



Sehbehinderte und blinde Menschen unterscheiden sich deutlich: Während eine blinde Person nicht oder nur sehr schlecht sieht, verfügt eine sehbehinderte Person über ein gewisses Sehvermögen, auch wenn es nicht gut ist. Hilfreiche Services für sehbehinderte Menschen sind unter anderem:

- ✓ Beschriftungen in ausreichender Schriftgröße, z. B. auf Speisekarten
- ✓ Piktogramme, Schalter, Griffe, Orientierungshilfen etc. mit deutlichen Kontrasten
- ✓ Gute Lichtverhältnisse bzw. Ausleuchtung von Räumen
- ✓ Ausleihbare Lesebrillen
- ✓ Lichtbänder oder Kontraststreifen an Treppenstufen und Glastüren

Wer angemessen auf blinde Gäste reagieren möchte, kann dies z. B. mit folgenden Angeboten:

- ✓ Akustisch abrufbare Informationen
- ✓ Möglichkeit zur Mitnahme von Blinden- und Führhunden
- ✓ Informationen in Blindenschrift (Brailleschrift) und/oder Daisy-Format (ein Audio-Format, das eine einfache Navigation zwischen den Inhalten erlaubt)

- ✓ Persönliche Führungen/Begleitungen als Serviceleistung
- ✓ Barrierefreie Internetseiten, die sich der blinde Nutzer z. B. von seinem Smartphone vorlesen lassen kann
- ✓ Tastmodelle wichtiger Ausstellungsstücke

## Hörbehinderte und gehörlose Gäste



Hörbehinderte und gehörlose Menschen können akustische Signale schlecht oder überhaupt nicht wahrnehmen. Folglich muss die Kommunikation im Wesentlichen visuell stattfinden. Viele gehörlose Menschen beherrschen die Gebärdensprache und/oder sind in der Lage, durch Lippenlesen einiges zu verstehen. Wer auf hörbehinderte und/oder gehörlose Gäste eingehen will, dem helfen folgende Tipps:

- ✓ Optische anstelle akustischer Signale wie z. B. Feueralarm oder Wecker, noch besser: Ergänzung akustischer Signale um optische Signale
- ✓ Informationen in schriftlicher Form, auf einfache Sprache achten
- ✓ Ständiger Blickkontakt im Gespräch und deutliches Sprechen
- ✓ Einbezug von Gebärdensprachdolmetschern bei Bedarf

### PRAXISBEISPIEL 3

#### Barnim Panorama in Wandlitz

Das Barnim Panorama vereinigt das Naturparkhaus Barnim und das Agrarmuseum Wandlitz unter einem Dach. Schon von zu Hause aus können sich auch blinde Gäste auf den barrierefreien Internetseiten über die Ausstellungen informieren. Die Aufzüge im Museum haben eine akustische Stockwerkansage und Bedienelemente in tastbarer Brailleschrift. Viele Ausstellungsobjekte können mit mehreren Sinnen erlebt werden. Spezielle Führungen für blinde und sehbehinderte Gäste werden angeboten. Blindenführhunde dürfen in die Ausstellung mitgenommen werden.

[www.barnim-panorama.de](http://www.barnim-panorama.de)

## PRAXISBEISPIEL 4

### Museum des Dreißigjährigen Krieges in Wittstock

Das Museum hat einen Einführungsfilm sowie 4 verschiedene Filmsequenzen zu den Themen „Elend“, „Feldmedizin“, „Schlacht“ und „Söldner“ mit Untertiteln und Gebärdensprachdolmetscher produziert. Bei den Museumsführungen kann auf Anfrage ein Gebärdensprachdolmetscher hinzugezogen werden.

[www.mdk-wittstock.de](http://www.mdk-wittstock.de)

### Gäste mit Lernschwierigkeiten/sog. „geistiger Behinderung“



Menschen mit kognitiven Einschränkungen brauchen häufig mehr Zeit und Ruhe, um Informationen verstehen zu können. Ihre Aufenthaltsqualität verbessern Sie zum Beispiel durch:

- ✓ Mündliche Erklärungen in kurzen, einfachen und grammatikalisch korrekten Sätzen
- ✓ Texte in kurzen, einfachen und grammatikalisch korrekten Sätzen (z. B. bei Infomaterialien)
- ✓ Informationen in Leichter Sprache
- ✓ Bildliche Darstellungen, z. B. mit bebilderten Speisekarten, Symbolen bei Ausschreibungen etc. (Davon profitieren auch ausländische Gäste und alle Gäste, die nicht lesen können.)

### Gäste mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten



Allergien betreffen bundesweit eine wachsende Gruppe von Menschen. Mit diesen Maßnahmen können Sie auf die Bedürfnisse von Allergikern reagieren:

- ✓ Holz- oder Kunststoffböden anstelle von Teppichböden
- ✓ Allergikerfreundliche Betten und Bettwäsche
- ✓ Gerichte ohne allergene Stoffe anbieten und auf der Speisekarte deutlich kennzeichnen
- ✓ Gut lesbare Auszeichnungen am Frühstücksbuffet für Allergiker (z. B. Hinweise auf Nüsse und Mandeln, Laktosefreiheit, etc.) sowie alternative, allergenfreie Angebote
- ✓ Bestimmte Etagen mit Haustierverbot
- ✓ Verzicht auf allergologisch bedenkliche Zimmerpflanzen

### Viele Allergiker wohnen gleich bei Ihnen um die Ecke

Jedes vierte Brandenburger Kind zwischen 0 und 16 Jahren leidet unter einer Allergie, bei den Berlinern und Berlinerinnen zwischen 30 und 39 Jahren sind es sogar 60 %. Neurodermitis, Heuschnupfen und Asthma sind am weitesten verbreitet. Allergikergerechte Angebote betreffen also eine Gruppe, die wirtschaftlich nicht zu unterschätzen ist: Familien mit Kindern auf Wochenendausflügen.

#### Nähere Infos

finden Sie in der Dehoga-Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“ [www.dehoga-bundesverband.de](http://www.dehoga-bundesverband.de)

## PRAXISBEISPIEL 5

### Gästeführer mit kognitiven Einschränkungen Potsdam

Die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg hat in Kooperation mit den Oberlin Werkstätten Potsdam Menschen mit kognitiven Einschränkungen zu Gästeführern ausgebildet. Sie bieten in den Sommermonaten regelmäßig Führungen in einfacher Sprache durch die Orangerie von Sanssouci an. Ein Führungsangebot für die zum 75. Jahrestag des Potsdamer Abkommens im Jahr 2020 im Schloss Cecilienhof stattfindende Sonderausstellung ist derzeit in Vorbereitung.

[www.potsdam.de/event/das-orangerieschloss-im-park-sanssouci-beschaeftigte-der-oberlin-werkstaetten-fuehren-durch](http://www.potsdam.de/event/das-orangerieschloss-im-park-sanssouci-beschaeftigte-der-oberlin-werkstaetten-fuehren-durch)

#### Tipp

Lernen Sie Ihre Gäste kennen! Fragen Sie nach Wünschen und Bedürfnissen und geben Sie Ihren Gästen die Möglichkeit, Feedback zu geben. Dies kann durch Fragebögen geschehen, die im Gästezimmer ausliegen, oder ganz unkompliziert im Internet. Wichtig: Fragen Sie gezielt nach Verbesserungsvorschlägen zur Barrierefreiheit!





Chancen  
identifizieren



Gäste  
kennenzulernen



Barriere-  
freiheit  
schaffen



Netzwerke  
aufbauen



Produkte  
entwickeln



Barriere-  
freie Angebote  
vermarkten



## 3. BARRIEREFREIHEIT SCHAFFEN

### Weitere Informationen mit detaillierten Check- listen

zur baulichen  
Barrierefreiheit finden Sie  
im Internet auf den Seiten  
des Tourismusnetzwerks  
Brandenburg  
[www.tourismusnetzwerk-  
brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

Gäste mit Einschränkungen wollen die Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten einer Region genauso erleben wie andere Gäste. Sie als Zielgruppe nur über die Art ihrer Einschränkung einzugrenzen, greift deshalb zu kurz. Dennoch: Die Basis jedes guten Angebotes ist eine barrierefreie Ausgestaltung der touristischen Infrastruktur und touristischer Einrichtungen. Die ist oft leichter hergestellt, als gedacht. Manchmal genü-

gen schon kleine, preiswerte Maßnahmen, um den Komfort für die Gäste deutlich zu erhöhen. Bei allen Neubau- oder Umbaumaßnahmen sollten jedoch die Belange der Barrierefreiheit umfassend Berücksichtigung finden. Werden barrierefreie Lösungen von vorneherein eingeplant, kann man sie häufig kostenneutral oder mit geringen Mehrkosten realisieren. Hier lohnt auch die Expertise geschulter Planer, Architekten und Handwerker.

## Barrierefreie Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe einschließlich Campingplätze

Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sollten für Familien und ältere Gäste sowie Menschen mit körperlichen oder kognitiven Einschränkungen komfortabel sein. Denn: Sind keine barrierefreien Unterkünfte und Gasträume vorhanden, ist ein mehrtägiger Aufenthalt für viele Gäste nicht möglich.<sup>7</sup>

- Stufenloser Zugang zum Beherbergungsbetrieb, z. B. über Rampen oder Aufzüge
- Eindeutig und gut les- und tastbare Zimmernummern und Wegweiser
- Höhere Betten für einen komfortablen Ein- und Ausstieg
- Gut begeh- und befahrbare Zuwegung zu Rezeption, Stellplätzen und Sanitäreinrichtungen auf Campingplätzen sowie Stellplätze mit ebenem, berolldbarem Untergrund
- Speisekarte in ausreichend großer, schnörkelloser Schrift
- Speisekarte auf einer barrierefreien Internetseite (siehe auch Kapitel 6)
- Gesonderter Hinweis auf allergikergerechte Speisen

---

Grundsätzlich sollten die Hinweise zu barrierefreien Innenräumen und Toiletten (S. 17) beachtet werden.

---

### PRAXISBEISPIEL 6

#### Seehotel Rheinsberg

Auch für Geschäftsreisende und Tagungsgäste spielt Barrierefreiheit eine große Rolle. Das Seehotel wurde eigens für Menschen mit Behinderung gebaut und ist Deutschlands größtes barrierefreies Hotel. Die Zimmer und Freizeitbereiche sind komfortabel und barrierefrei ausgestattet. Die Seminartage mit fünf Seminar- und Gruppenarbeitsräumen in unterschiedlichen Größen ist per Fahrstuhl erreichbar, die Arbeitstische sind für Rollstuhlfahrer unterfahrbar. In den Pausen kann die große Außenterrasse barrierefrei genutzt werden.

[www.seehotel-rheinsberg.de](http://www.seehotel-rheinsberg.de)



Abbildung 3: Abgesenkter Tresen im Seehotel Rheinsberg (Quelle: Seehotel Rheinsberg)



Abbildung 4: Tastbares Exponat im Slawendorf Brandenburg an der Havel (Quelle: TMB-Fotoarchiv, K. Lehmann)

Grundsätzlich sollten die Hinweise zu barrierefreien Innenräumen und Toiletten (S. 17) beachtet werden.

Beachten Sie bitte auch die ergänzenden Checklisten auf [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

## Barrierefreie Kultureinrichtungen, Museen und Ausstellungen

Wenn Sie ein paar Hinweise berücksichtigen, sind auch kulturelle Angebote für alle Gäste zugänglich. Hierzu zählen:

- Gut ausgeleuchtete Exponate in gut sichtbarer Höhe
- Blendfreie, kontrastreiche und in gut lesbare Beschreibungstexte von Exponaten
- Wissensvermittlung über mehrere Sinne: tastbare Ausstellungsstücke, Audio- und Videoguides
- Tragbare Sitzhocker sowie ausleihbare Rollstühle und Kinderbuggies
- Spezielle Führungen für Gäste mit besonderen Bedürfnissen, z. B. Blindenführungen mit tastbaren Exponaten oder Führungen mit Gebärdensprachdolmetscher und/oder in Leichter Sprache

## Barrierefreies Naturerlebnis

Brandenburg und Natur gehören einfach zusammen. So ermöglichen Sie allen Gästen ein unbeschwertes Naturerlebnis:

### Wander- und Radwege

- Bequeme Begeh- und Befahrbarkeit ausgesuchter Wanderwege
- Ausreichende, unterfahrbare Sitzgelegenheiten
- Taktil erfassbare Wegebegrenzung, z. B. durch Vegetation oder wegeparallel verlegte Baumstämme
- Ausreichend breite Radwege für Handbiker, Fahrräder mit Anhängern oder Dreiräder ohne Engstellen wie Umlaufsperrern oder Poller, mit geringen Steigungen
- Gut sicht- und erkennbare Ausschilderung (S. 19)

Grundsätzlich muss die Instandhaltung von Wegen sichergestellt werden. Dazu braucht es regelmäßige Kontrollen des Zustands der Wege und der Beschilderung sowie Verantwortliche, die sich um die Pflege kümmern.

### Bade- und Anlegestellen

- Gut begehbare Zugang zum Wasser, z. B. auf Holzbohlen oder Strandmatten
- Erleichterter Zugang zum Wasser durch Strandrollstühle mit Ballonreifen
- Flacher Zugang zum Wasser mit einer ins Wasser geführten Rampe (oder einem ins Wasser gelegten Baumstamm)
- Schwimmende Anlegestellen zum Ausgleich unterschiedlicher Wasserstände
- Rampen und Hublifte zum Befahren von Ausflugsschiffen, Einstiegshilfen für Sportbootfahrer



## PRAXISBEISPIEL 7

### Barrierefreie Radtouren in Brandenburg

Viele ausgewiesene Radtouren in Brandenburg sind auch für Handbiker, Tandemfahrer und Radfahrer mit Kinderwagenanhänger gut geeignet. Oft reicht es schon, die vorhandenen Wege mit Informationen zur Barrierefreiheit der Wege und der begleitenden touristischen Struktur zu ergänzen.

Im Ruppiner Seenland und im Lausitzer Seenland finden aktive Gäste bereits solche attraktiven Radtouren. Ein renommiertes Beispiel ist die Flaeming-Skate. Auf rund 230 Kilometern lassen sich auf asphaltierten Wegen der Fläming und der Spreewald meist barrierefrei per Fahrrad erkunden.

So hat z. B. der kurze Rundkurs 2 nur eine geringe Steigung und eine barrierefrei zugängliche Gastronomie. Skater und Handbiker können gleichermaßen bequem einkehren.

[www.reiseland-brandenburg.de/aktivitaeten-erlebnisse/aktiv-natur/radfahren/radausflugstipps/barrierefreie-radtouren/](http://www.reiseland-brandenburg.de/aktivitaeten-erlebnisse/aktiv-natur/radfahren/radausflugstipps/barrierefreie-radtouren/)

### Beobachtungshütten

- Ebenerdig zugänglich
- Beobachtungsschlitze in unterschiedlichen Höhen
- Teils für Rollstuhlfahrer unterfahrbar, teils mit Sitzgelegenheiten ausgestattet



Abbildung 5: Bequem erreichbare Beobachtungshütte mit unterfahrbaren Sehschlitzen in Schwedt (Quelle: NeumannConsult)

### Barrierefreie Thermen, Frei- und Hallenbäder

Thermen, Frei- und Hallenbäder können komfortabel und barrierefrei sein, wenn sie folgende Hinweise beachten:

- Umkleidekabinen mit breiten, rollstuhlge rechten Türen, ausreichenden Ablagemöglichkeiten und Kleiderhaken in unterschiedlichen Höhen
- Ebenerdiger Zugang zur Sauna mit breiten Türen und ausleihbarem Saunarollstuhl
- Halterung für Unterarm-Gehhilfen, Langstöcken etc. unmittelbar am Beckenrand
- Beckenzugang über Rampe und/oder Hebekran

---

Grundsätzlich sollten die Hinweise zu barrierefreien Innenräumen und Toiletten (S. 17) beachtet werden.

---

Weitere Infos finden Sie im Leitfaden „Die Zukunft der Tourist-Informationen“: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)



Eine wichtige Informationsquelle für Servicemitarbeiter und Gäste: [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)

Beachten Sie bitte auch die ergänzenden Checklisten auf [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

Zentraler Ansprechpartner für barrierefreie Weiterbildungen, Seminare und Workshops ist die Tourismusakademie Brandenburg TAB [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/ansprechpartner/tourismusakademie-brandenburg](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/ansprechpartner/tourismusakademie-brandenburg)

## Barrierefreie Tourist-Informationen

Damit alle Gäste den Service einer Tourist-Information nutzen können, sind folgende Hinweise zu beachten:

- Auslage von Prospekten in unterschiedlichen Höhen zur Erreichbarkeit für kleine Menschen und Rollstuhlfahrer
- Sitzgelegenheiten zum bequemen Stöbern in den Infomaterialien
- Bereitstellung von Informationen zu barrierefreien Angeboten in der ganzen Region



Abbildung 6: Tourist-Information in Rheinsberg (Quelle: TMB-Archiv, Y. Maecke)

### PRAXISBEISPIEL 8

#### Alte Apotheke und Museum/Tourist-Information Eberswalde

Das Stadt- und Regionalmuseum Eberswalde befindet sich ebenso wie die Tourist-Information in der traditionsreichen Adler-Apotheke, dem ältesten Fachwerkhaus der Stadt Eberswalde. Trotz des alten Gemäuers müssen die Gäste nicht auf Barrierefreiheit verzichten: zahlreiche Mitmach- und Hörstationen laden zum interaktiven Entdecken ein. Die Ausstellung ist barrierefrei zugänglich. Von Abacus über eine O-Busleitung bis zum Ziegelstein mit Marke finden sich hier ausgewählte Museumsstücke zum Anfassen und Ausprobieren. Dazu gibt es Kurzbeschreibungen in Braille- und Großschrift sowie Geschichten mit dem Audioguide in deutscher, englischer und polnischer Sprache.

[www.museum-eberswalde.de](http://www.museum-eberswalde.de)

#### Tipp: Barrierefreiheit mit gutem Service verbessern!

Eine gute barrierefreie Infrastruktur ist nicht alles. Mindestens genauso wichtig sind Serviceleistungen, die Gästen den Aufenthalt erleichtern. Aber barrierefreies Wissen fällt nicht vom Himmel. Anbieter und Mitarbeitende, die das Thema für sich aufgreifen wollen, brauchen deshalb Kompetenz in den Bereichen Service, Qualität und Finanzierung. Im Service sind diese Kompetenzen nötig, um sicherer zu werden im persönlichen Umgang mit Menschen mit Behinderungen. Aber auch, weil sich ein schlechter Service in digitalen Zeiten in Windeseile herum-spricht, -postet und -twittert.

## Barrierefreie Innenräume

Für Innenräume z. B. in Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben gelten ähnliche Regeln wie für Tourist-Informationen, Museen und Ausstellungsräume:

- Bequeme Passierbarkeit der Eingangstür und aller anderen Türen und Durchgänge für Kinderwagen, Rollstuhlfahrer und andere Gäste mit Platzbedarf
- Rezeption mit abgesenktem Counter, um auch für kleine Gäste und Rollstuhlfahrer die Kommunikation mit dem Servicepersonal „auf Augenhöhe“ sicherzustellen
- Ausgleich der Höhenunterschiede im Innenbereich mit Rampen oder Aufzügen
- Treppen mit gekennzeichnetem oberer und unterer Stufe und beidseitigem Handlauf
- Ausreichend Bewegungs- und Abstellflächen in allen öffentlich zugänglichen Räumen
- Unterfahrbare Tische in den Zimmern und in den Gemeinschaftsräumen

## Barrierefreiheit im öffentlichen Raum und im Außenbereich

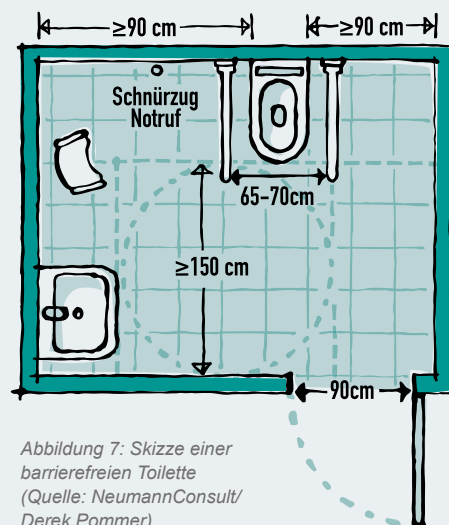
Egal ob im öffentlichen Raum oder im Außenbereich einer touristischen Einrichtung: Barrierefreiheit im Außenbereich ist vielfach die Voraussetzung für eine komfortable Erreichbarkeit und Nutzbarkeit für Einheimische und Gäste:

### Parkplätze

- Gut begeh- und befahrbarer Untergrund
- Ausgewiesene Behindertenparkplätze

## Barrierefreie Toiletten

- Ausreichende Bewegungsflächen, auch rechts und links vom WC-Sitz
- Unterfahrbare Waschbecken
- Mischbatterie, Seifenspender und Handtuchhalter auch aus sitzender Position erreichbar
- Kleiderhaken in unterschiedlicher Höhe
- Kontrastreich abgesetzte Bedienelemente, Haltegriffe und Haken
- Notrufsystem mit bis zum Boden reichender Schnur
- Im Sitzen einsehbare Spiegel
- Wickeltische für Kinder



Die wichtigste Norm zur Herstellung von Barrierefreiheit im baulichen Bereich ist die DIN 18040 und ihre Umsetzung in der Brandenburgischen Bauordnung (BbgBO) [https://bravors.brandenburg.de/gesetze/bbgbo\\_2016](https://bravors.brandenburg.de/gesetze/bbgbo_2016)

Umfangreiche Informationen zur baulichen Umsetzung von Barrierefreiheit finden Sie auf den Seiten von [www.nullbarriere.de](http://www.nullbarriere.de)



Abbildung 8: Parkplatz in der Gemeinde Schwielowsee  
(Quelle: NeumannConsult)





Abbildung 9: Abgeschliffenes Kopfsteinpflaster  
(Quelle: NeumannConsult)



Abbildung 10: Komfortable Bänke mit Rücken- und Armlehnen  
und einer ebenen Sitzfläche (Quelle: NeumannConsult)

Beachten Sie bitte auch die ergänzenden Checklisten auf [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

### Straßen und Wege

- Gut begeh- und befahrbarer Untergrund ohne Schlaglöcher oder Stolperstellen
- Abgesenkte Bordsteine der Bürgersteige bei Straßeneinmündungen (keine Nullabsenkung, um auch blinden Menschen mit Langstock eine taktile Orientierung zu ermöglichen)
- Flache und abgeschliffene Kopfsteinpflaster auf Höhe von Überquerungen (siehe Abbildung 9)

### Sitzgelegenheiten

- Ausreichende Anzahl „auf Sichtweite“ und innerhalb bestehender Wegesysteme
- Stufenlose, ebene Erreichbarkeit
- Ebene und nicht nach hinten abgesenkte Sitzflächen
- Beidseitige Arm- und Rückenlehnen
- Bewegungs- und Aufstellflächen für Menschen mit Rollatoren, Rollstühlen oder Kinderwagen neben den Sitzgelegenheiten
- Sitzelemente mit Sitzflächen in unterschiedlichen Höhen für Kinder, kleinwüchsige oder besonders große Menschen

## PRAXISBEISPIEL 9



Abbildung 11: Der Rundweg in Dahme/Mark  
(Quelle: NemannConsult)

### Dahme/Mark

Das Amt Dahme/Mark hat einen bequem begeh- und befahrbaren Rundweg angelegt, der in das Wegenetz der Flaeming-Skate eingebunden ist. Rollstuhlfahrer, Menschen mit Gehschwierigkeiten oder Familien mit Kinderwagen können sich so komfortabel durch den Ort bewegen. Egal, ob sie Einheimische oder Gäste sind!

[www.dahme.de](http://www.dahme.de)

[www.flaeming-skate.de/de/barrierefrei.php](http://www.flaeming-skate.de/de/barrierefrei.php)

## Treppen, Stufen und Rampen

- Gerade Läufe, geschlossene Setzstufen und nicht unterschrittene Trittstufen
- Griffsichere und umgreifbare Handläufe mit Rund- oder Ovalprofil
- Kontrastreiche Markierung mindestens der oberen und der unteren Stufe direkt an der Vorderkante
- Taktile Aufmerksamkeitsfelder vor der oberen und unteren Stufe

### Tipp

Am besten lassen sich Höhenunterschiede mit einer Rampe überwinden. Rollstuhlfahrer sind zwingend auf eine Rampe angewiesen, aber auch Familien mit Kinderwagen und Gäste mit Rollkoffern freuen sich über einen komfortablen Zugang zu Ihrer Einrichtung. Die Rampe darf nicht zu steil und sollte mit Handläufen ausgestattet sein.

Geringe Höhenunterschiede können auch mit Hilfe mobiler Rampen überwunden werden. Diese eignen sich auch bei Veranstaltungen, wenn Kabelanlagen mit Tunneln gesichert werden müssen.

## Leit- und Beschilderungssystem

- Eindeutig, gut sichtbar und kontrastreich
- Klare Wegemarkierungen auf Sichtweite mit klaren Helldunkel- und Farbkontrasten
- Deutliche Wegemarkierung an Abzweigungen, Richtungsänderungen sowie an verzweigten Nebenwegenetzen
- Angaben zu Entfernungen, Steigungen und Wegdauer (ohne den Gast mit Informationen zu überfrachten)

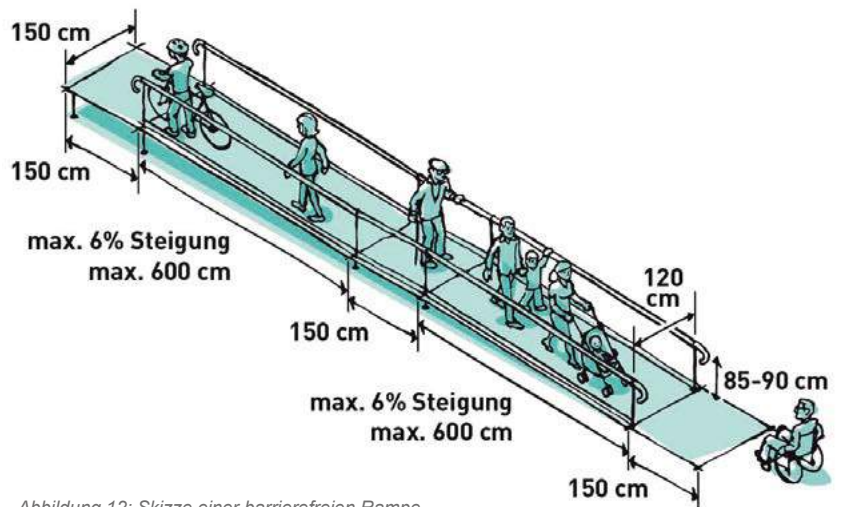


Abbildung 12: Skizze einer barrierefreien Rampe  
(Quelle: NeumannConsult/Derek Pommer)



Abbildung 13: Beispiel für eine mobile Rampe  
(Quelle: NeumannConsult)



Abbildung 14: Orientierungsplan mit tastbarer Pyramiden- und Brailleschrift  
(Quelle: TMB-Fotoarchiv, K. Lehmann)

## PRAXISBEISPIEL 10

### ElsterPark in Herzberg

Im ElsterPark arbeiten Menschen mit und ohne Behinderungen Hand in Hand zusammen. Den Gästen stehen neben barrierefreien Zimmern auch zahlreiche Outdoor-Aktivitäten und erlebnispädagogische Angebote zur Verfügung. Die Zimmer und die Flure haben unterschiedliche Farben. Auf die Wände der Flure sind große bunte Bilder gemalt, die eine einfache Orientierung erlauben. Der ElsterPark informiert seine Gäste ausführlich auf seiner Webseite über barrierefreie Angebote.

[www.elsterpark-herzberg.de](http://www.elsterpark-herzberg.de)

Beachten Sie bitte auch die ergänzenden Checklisten auf [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

## Informationstafeln

- Informationsvermittlung in leicht verständlicher Sprache und nach dem Prinzip „Halte es kurz und einfach“
- Eindeutige, gut sichtbare, blendfreie und kontrastreiche Beschilderung in einer gut lesbaren Höhe
- Unterfahrbare Informationstafeln für Rollstuhlfahrer
- Klare und serifenlose Schriftarten in ausreichender Größe, so dass Objekttafeln auch ohne Lesebrille lesbar sind
- Taktile Schriften als serifenlose Profilschriften mit Reliefbuchstaben (keine Eingravierungen) und/oder Braille-Schrift (Blindenpunktschrift)
- Wenn möglich, Informationen über zwei Sinne (Hören, Sehen, Fühlen) wahrnehmbar und erlebbar machen

## PRAXISBEISPIEL 11



### Taktile Parkführer für blinde und sehbehinderte Menschen im Ostdeutschen Rosengarten Forst (Lausitz)

Ein taktile Parkführer macht den Rosengarten für blinde und sehbehinderte Besucher erlebbar. Der Parkführer stellt auf 28 Seiten im Format DIN A4 einige Elemente des historischen Parks in Wort und Bild, in Schwarzschrift, Brailleschrift und taktilen Motiven vor. Ein taktile Lageplan mit den wichtigsten Punkten komplettiert das Buch, das in deutscher und polnischer Ausführung zum Einsatz kommt.

[www.rosengarten-forst.de](http://www.rosengarten-forst.de)

Abbildung 15: Der neue taktile Parkführer des Ostdeutschen Rosengartens  
(Quelle: Stadt Forst (Lausitz), Annette Schild)

Abbildung 16: Bushaltestelle  
(Quelle: IBH Ingenieurbüro  
Hartmann, Bonn)



## Transport und Verkehr

Für eine barrierefreie Freizeitgestaltung spielen öffentlich zugängliche Anlagen des Personenverkehrs inklusive ihrer barrierefreien Verbindung zu benachbarten öffentlichen Wegenetzen eine wichtige Rolle.

### Für Haltestellen gilt:

- Einheitliche Bodenleitsysteme mit taktilen Leitstreifen und Aufmerksamkeitsfeldern
- Wartezonen mit barrierefreien Sitzgelegenheiten
- Aufstell- und Bewegungsflächen für Kinderwagen, Rollstühle und Rollatoren
- Bedienbarkeit von Fahrkartenautomaten auch durch Rollstuhlfahrer und kleine Menschen
- Gute Lesbarkeit von Fahrgastinformationen wie gedruckten Fahrplänen und Digitalanzeigern
- Bestenfalls Ansage von Fahrgastinformationen auch an der Haltestelle (z. B. auf Knopfdruck)

### Auch bei den Fahrzeugen sind die Belange der Barrierefreiheit zu beachten:

- Kontrastreiche Gestaltung von Haltegriffen und Bedienelementen wie Haltewunschtaster
- Ausreichende und sichere Stellplätze für Rollstuhlfahrer, Kinderwagen und Rollatoren
- Klappbare Rampen, die das Ein- und Aussteigen erleichtern
- Einstiegshöhe der Fahrzeuge entsprechend Bordhöhe der Haltestellen
- Akustische und optische Anzeige der Haltestellen im Fahrzeug

### Schließlich ist auch der Service auf Fahrgäste mit besonderen Bedürfnissen abzustimmen:

- Angebot eines Begleitservices
- Persönliche Hilfe beim Ein- und Aussteigen

---

Nach dem deutschen Personenbeförderungsgesetz (PBefG) ist im Rahmen der Nahverkehrsplanung bis zum 01.01.2022 das Ziel der vollständigen Barrierefreiheit zu erreichen. Hiervon kann jedoch in Ausnahmefällen abgewichen werden.

---

Beziehen Sie Betroffene in die Planung ein, um den konkreten Bedarf zu ermitteln! In aller Regel helfen örtliche oder überörtliche Behindertenvereine und -verbände gerne weiter.

---

## PRAXISBEISPIEL 12

### Barrierefreie Angebote des Verkehrsverbunds Berlin-Brandenburg (VBB)

Der VBB stellt für die unterschiedlich mobilen Kundengruppen des Nahverkehrs die benötigten Informationen für eine lückenlose Reise zur Verfügung. So erfahren in der Mobilität eingeschränkte Fahrgäste (z. B. Rollstuhlfahrer, Personen mit Gepäck oder Kinderwagen) in der VBB-Fahrinfo, wie Ziele mit Bus und Bahn über Aufzüge oder Rampen erreicht werden können. Dabei werden aktuelle Informationen wie z. B. Baustellen, defekte Aufzüge oder der Einsatz nicht barrierefreier Busse berücksichtigt. Im Laufe des Jahres 2019 wird die VBB-Fahrinfo-App für iOS und Android um Informationen und technische Erweiterungen für blinde und sehingeschränkte Fahrgäste ergänzt. Bei der Routenermittlung von Tür-zu-Tür werden Fußwege im Straßenraum berücksichtigt; innerhalb von Bahnhöfen bzw. Umsteigehaltestellen werden Abbiegehinweise (z. B. vom Bahnsteig zur Haltestelle) ausgegeben.

[www.vbb.de/fahrplan/barrierefrei-fahren](http://www.vbb.de/fahrplan/barrierefrei-fahren)



## Einzelhandel

Ein generationengerechter und deshalb möglichst barrierefreier Einzelhandel ist für die Attraktivität, Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Ortskernen wichtig. Attraktive Einkaufserlebnisse für Einheimische wie Gäste werden gefördert durch:

- Keine Drehkreuze im Eingangsbereich
- Preise und Produktinformationen in ausreichender Schriftgröße
- Leselupe am Einkaufswagen
- Breite Gänge und klare Wegführung
- Aktionsflächen, die Wege nicht versperren (Tipp: Für Blinde ist es ungünstig, wenn sich die Standorte der Waren ändern.)
- Einkaufsführer für Alle einer Interessengemeinschaft mit Informationen zu Services und Zugänglichkeiten sowie weiteren Brancheninfos wie Hinweise zu (barrierefreien) Parkplätzen und (gemeinsam festgelegten) Kernladenöffnungszeiten

### PRAXISBEISPIEL 13

#### Bernau barrierefrei

Die Stadt Bernau hat auf ihrer Webseite alle mit dem System „Brandenburg für Alle“ gekennzeichneten Betriebe zusammengestellt. Darunter befinden sich auch zahlreiche Einzelhändler, die ihre Kunden so über ihre barrierefreie Zugänglichkeit informieren.

[www.best-bernau.de/bernau-barrierefrei/zertifizierte-angebote.html](http://www.best-bernau.de/bernau-barrierefrei/zertifizierte-angebote.html)

#### Tipp

Barrierefreiheit ist nicht immer umsonst zu haben. Insbesondere beim Umbau im Bestand müssen Sie investieren. In Brandenburg hilft Ihnen hierbei der „Fördernavigator Wirtschaft Brandenburg“. <https://foedernavigator-brandenburg.de>

Die „Förderfibel für Gastgeberinnen und Gastgeber im Reiseland Brandenburg“ finden Sie im Tourismusnetzwerk: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)





## 4. NETZWERKE AUFBAUEN

Viele der Hinweise aus dem vorhergehenden Kapitel „Barrierefreiheit schaffen“ können Sie in Ihrem Betrieb, Ihrer Organisation bzw. Ihrem Zuständigkeitsbereich alleine umsetzen. Oftmals benötigen Sie aber Partner, damit Sie den Gästen in Ihrem Ort und Ihrer Region ein barrierefreies Gesamterlebnis bieten können.

Dabei haben Netzwerke ganz unterschiedliche Funktionen:

- Nur in Kooperation von touristischen Anbietern, öffentlichen Bauträgern, Verkehrsbetrieben und anderen kommunalen

und regionalen Akteuren kann es gelingen, die Servicekette zu schließen (siehe auch Kapitel 5 „Produkte entwickeln“).

- Im Netzwerk können Sie sich mit Ihren Partnern austauschen, Informationen bündeln, Fehler vermeiden, die andere schon gemacht haben, und von guten Beispielen lernen.
- Es gibt Situationen, in denen Sie Experten brauchen, die ihre Fachkompetenz einbringen und Ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen können.

## PRAXISBEISPIEL 14

### Netzwerk Wissensvermittlung im Kulturbereich in Leichter und einfacher Sprache in Potsdam

Vertreter aus Museen, dem kommunalen Kulturbereich, Behindertenwerkstätten und „Experten in eigener Sache“ haben sich in Potsdam zur Bildung eines Netzwerks zusammengefunden. Bis 2020 sollen unterschiedliche Angebote in Leichter Sprache gebündelt und kommuniziert werden. So werden die teilnehmenden Museen die Angebote auf ihren Webseiten vorstellen. Unter Einbeziehung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH plant auch die Stadt Potsdam eine eigene Unterseite in Leichter Sprache auf ihrer Webseite einzurichten.

#### Kontaktadressen

finden Sie im Tourismusnetzwerk Brandenburg: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

#### Tipp

Binden Sie unbedingt neben lokalen Tourismusakteuren auch Ihren regionalen Tourismusverband beim Aufbau Ihres Netzwerkes rechtzeitig ein. Die regionale DMO ist nicht nur Unterstützer bei der Bildung von Netzwerken, sondern auch als Botschafter der Marke Brandenburg zentraler Ansprechpartner. Nähere Infos hierzu im Leitfaden „Zukunft des Destinationsmanagements im Land Brandenburg“ [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)

Auf der Landesebene steht Ihnen die TMB als Ansprechpartner für die Themen Barrierefreiheit und Markenführung zur Verfügung. Sowohl bei der TMB als auch bei den Reisegebieten gibt es sogenannte Markenmanager, die als Tandem eng zusammenarbeiten. [www.tourismusmarke-brandenburg.de](http://www.tourismusmarke-brandenburg.de)

- Ganz wichtig sind dabei die sogenannten „Experten in eigener Sache“. Das sind Menschen, die aufgrund ihrer besonderen Anforderungen oder ihrer Behinderungen einen Blick für Barrieren haben und wichtige Hinweise zu ihrer Beseitigung bzw. Vermeidung geben können. Sie haben oft ein umfangreiches Wissen über die Barrierefreiheit Ihres Ortes und Ihrer Region und sind meist gerne bereit, bestehende Angebote zu testen und bei der Produktentwicklung behilflich zu sein.

Häufig geht das Engagement für ein „Netzwerk Barrierefreiheit“ von touristischen Organisationen aus. So werden z. B. im Lausitzer Seenland in der „Arbeitsgruppe barrierefreier Tourismus im Lausitzer Seenland“ zahlreiche Kompetenzen gebündelt. Ein Koordinator beruft die Gruppe ein und organisiert die unterschiedlichen Aufgaben. Die Mitglieder aus Tourismus, Verwaltung, Kommunen und Behindertenverbänden treffen sich regelmäßig, stoßen Entwicklungen an und werden als Beratungsgremium zu allen Projekten herangezogen, die im Lausitzer Seenland zur Entwicklung und Verbesserung der touristischen Qualität durchgeführt werden. Die Tätigkeiten der Arbeitsgruppe betreffen z. B.:

- Schulung von Anbietern und Akteuren
- Erfahrungsaustausch
- Strategische Weiterentwicklung des barrierefreien Tourismus unter Einbindung kommunaler und regionaler Verantwortlicher aus Politik und Verwaltung
- Barrierefreie Infrastrukturentwicklung im öffentlichen Raum
- Marketing im barrierefreien Tourismus

Wenn Sie in der Kommune oder in der Region ein Netzwerk aufbauen wollen, finden Sie z. B. bei folgenden Institutionen interessante Partner:

- Behindertenbeauftragte der Landkreise sowie ggf. die Behindertenbeiräte in den Kommunen
- Ansprechpartner der Behinderten- und Selbsthilfeverbände in Ihrer Region
- Ansprechpartner der Kreisverbände des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Brandenburg e. V.
- Ansprechpartner der Bauämter der Landkreise und kreisfreien Städte
- Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg
- Verkehrsgesellschaften und Zweckverbände des ÖPNV in Ihrer Region
- Brandenburgische Architektenkammer

Ein regelmäßig tagender Arbeitskreis ist nicht zwingend nötig. Für die Produktentwicklung in der Region ist jedoch der Austausch mit unterschiedlichen Partnern eine unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg (siehe auch Kapitel 5). Hierfür sind entsprechende Ressourcen in den Tourismusorganisationen notwendig, um beispielsweise zielführende Produktentwicklungsworkshops mit den Partnern durchzuführen. Neben der zentralen Koordinierung ist es wichtig, dass die Aufgaben auch gemeinschaftlich verteilt und verbindlich bearbeitet werden.



Chancen  
identifizieren



Gäste  
kennenzulernen



Barriere-  
freiheit  
schaffen



Netzwerke  
aufbauen



Produkte  
entwickeln



Barriere-  
freie Angebote  
vermarkten



## 5. PRODUKTE ENTWICKELN

### Den Gast und die Servicekette im Fokus

Es gibt eine beruhigende Nachricht: Niemand erwartet, dass Orte, Regionen oder Betriebe von jetzt auf gleich barrierefrei werden. Auf den Weg machen kann man sich auch mit kleinen Schritten. Vorrangiges Ziel sollte es deshalb sein, barrierefreie Angebote mit möglichst vollständigen und auf die jeweiligen Gästegruppen ausgerichteten Leistungsketten zu entwickeln und anzubieten. Anders ausgedrückt: Das Angebot muss mit den Reisemotiven Ihrer Gäste abge-

stimmt werden – inklusive der gesamten barrierefrei funktionierenden touristischen Servicekette.

Beachten Sie dabei, dass sowohl mobilitäts- und sinneseingeschränkte Gäste als auch ältere Menschen und Familien spezifische Bedürfnisse haben und unterschiedliche Ansprüche an die Servicekette (oder „Customer Journey“) stellen. Im Einzelfall ist deshalb immer zu überlegen, mit welchen Anfor-





Abbildung 17: Die touristische Servicekette („Customer Journey“) beinhaltet alle Leistungen, die ein Gast vor, während und nach seinem Urlaub benötigt.  
(Quelle: Eigene Darstellung)

derungen Sie zunächst Ihre wichtigste Zielgruppe zufrieden stellen. Fragen Sie diese Gäste einfach einmal – denn barrierefreie Lösungen lassen sich durchaus mit Gästen gemeinsam entwickeln!

### Marke Brandenburg – auch barrierefrei

Die Produktentwicklung sollte sich in erster Linie an den Reise- bzw. Ausflugsanlässen orientieren. Diese richten sich wiederum nach den Motiven der Gäste und sollten gleichzeitig auch die Stärken des Landes Brandenburg bzw. seiner Regionen aufgreifen, denn jede Region hat ein eigenes, regionales Markenprofil erarbeitet. Die drei Kern-

werte *natürlich, beruhigend* und *kultiviert* sollen sich auch in barrierefreien Erlebnissen wiederfinden lassen.

Barrierefreie Tourismusangebote sind in Zukunft noch mehr gefragt! Bei der Produktentwicklung empfiehlt es sich daher generell, die Markenstrategien des Landes Brandenburg sowie des jeweiligen Reisegebietes aufzugreifen. So können Sie gerade in der vernetzten und gemeinsamen Vermarktung Synergien erzeugen. Die besten Angebote sind als Leitprodukte für das „Schaufenster“ vorgesehen und werden daher im regionalen und landesweiten Tourismusmarketing besonders prominent kommuniziert.

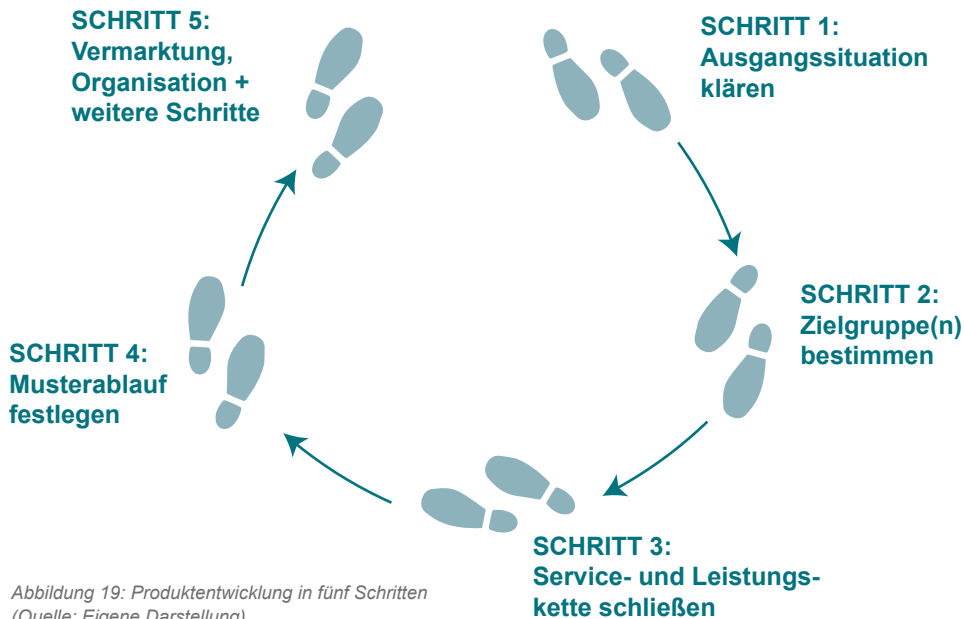
**PRAXISBEISPIEL 15**

**Handbike-Touren im Lausitzer Seenland**

Auf fast 18 km Länge können Handbiker auf gut befahrbaren, asphaltierten Wegen den Senftenberger See erkunden. Die Tour wurde von Handbikern geprüft und führt entlang zahlreicher Sehenswürdigkeiten einmal um den See. Die Route lässt sich als GPX-Track von der Webseite des regionalen Tourismusverbandes herunterladen.

<https://www.lausitzerseenland.de/de/erleben/radfahren/seerundwege/artikel-handbike-tour-um-den-senftenberger-see.html>

Abbildung 18: Handbiker haben einen höheren Platzbedarf als Fahrradfahrer und benötigen eine gut befahrbare Wegdecke  
(Quelle: TV Lausitzer Seenland, Nada Quenzel)



## Produktentwicklung in fünf Schritten

Ein Produktentwicklungsprozess besteht aus mehreren Etappen. Nachfolgend wird Ihnen ein praktischer Ansatz vorgestellt, der aus fünf Schritten besteht und idealerweise im Rahmen eines oder mehrerer Produktentwicklungsworkshops erfolgen sollte.

### Schritt 1: Klärung der Ausgangssituation

Beschreiben Sie Ihr Angebot bzw. Ihre Produktidee zunächst in einer kurzen Produktskizze. Zu klären ist, was der thematische Schwerpunkt ist und ob sich das Produkt eher den Tagesausflügen oder mehrtägigen Aufenthalten zuordnen lässt. Die touristische **Kernleistung** sollte hier eingegrenzt werden.

Zudem sollten folgende Fragen gleich zu Beginn beantwortet werden:

- Was ist das Besondere an dem Angebot bzw. der Produktidee?
- Wodurch unterscheidet es sich von anderen Angeboten?

- Werden die regionalen, lokalen und betrieblichen Stärken jeweils eingesetzt?
- Welche Bedürfnisse und Motivationen der Gäste werden mit dem Angebot erfüllt?
- Was könnte der Nutzen bzw. der Leistungsvorteil sein? Warum kaufen Gäste dieses Angebot? Warum sollten sie es erleben?
- Für welche Gäste mit Einschränkungen ist das Angebot zugänglich? Notieren Sie hier bereits grundlegende Anforderungen an die Barrierefreiheit.
- Welche Partner erbringen welche Leistungen?
- Wichtig ist auch, sich relativ früh auf ein gemeinsames Ziel für die Produktentwicklung zu verständigen: Was könnte am Ende wie in die Vermarktung gehen?
- Wie kann mein Angebot die „Marke Brandenburg“ und das Profil meines Reisegebietes unterstützen?

---

Im Tourismusnetzwerk Brandenburg finden Sie zusätzliche Materialien, die Ihnen bei der Produktentwicklung helfen werden.  
[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

---

Die **Kernleistung** gibt einer Reise oder dem Ausflug den Namen – es wird damit kommuniziert, was der Gast kauft und was seine Hauptbeschäftigung auf der Reise oder beim Ausflug ist. Beispiele: Bootstour, Radausflug, Wandertour, Kulturveranstaltung, Museumsbesuch, Übernachtung in einem bestimmten Hotel, Wellnessaufenthalt, etc.

---

---

Dabei helfen Ihnen die im Kapitel „Gäste kennenlernen“ skizzierten Anforderungen.

---

## Schritt 2: Die Zielgruppe(n) beschreiben

Gäste nehmen touristische Angebote wahr, wenn sie ihre Bedürfnisse und Motive bedienen. Welche Zielgruppen möchten und können Sie mit Ihrem Produkt oder Serviceangebot ansprechen? Welche Gäste treffen Sie bereits heute in Ihrem Betrieb oder Ihrer Destination an? Wen möchten Sie künftig begeistern?

Wenn Sie die individuellen Stärken Ihres Angebots kennen und bspw. eine thematische Ausrichtung festgelegt haben, können Sie die konkrete Gästegruppe bestimmen, für die das Angebot gestaltet werden soll.

Gäste haben – je nach Lebenslage, Interessen, körperlicher und sinnesbezogener Einschränkung sowie individuellem Hintergrund – natürlich sehr unterschiedliche Bedürfnisse und Motive. Sie können es nicht allen recht machen. Überlegen Sie, welche Gästegruppe am besten zu Ihrem Angebot bzw. zu den Stärken der eingebundenen Akteure, insbesondere zur touristischen Kernleistung, passt.

Ein Hilfsmittel, um die barrierefreie Servicekette optimal nach den Kundenbedürfnissen auszurichten und die spätere Vermarktung adressatengerecht zu gestalten, ist die detaillierte Beschreibung in Form eines Zielgruppenprofils. Die sogenannten Personas sind „sprechende“ und mit Namen versehene „Stellvertreter“ Ihrer Zielgruppe(n). Die Personas beschreiben nicht alle Gäste, aber die wichtigsten. Jeder Dienstleister, jede Tourist-Information oder DMO kann eigene Personas aufsetzen, um barrierefreie Tourismusangebote zu planen, zu prüfen oder zu optimieren.

---

## Tipp: Sich in die Zielgruppe hineinversetzen – Beschreiben Sie Ihre Gäste in Form von Personas

Eine Persona steht stellvertretend und zusammenfassend für eine reale Gästegruppe und für deren ausgeprägte Eigenschaften sowie deren konkretes Verhalten. Funktions- und damit Nutzungseinschränkungen sollen dabei von Anfang an mitbedacht werden. Personas können bei der Entwicklung von barrierefreien touristischen Produkten helfen, die Customer Journey, die Reise des Gastes, bedarfsgerecht auszugestalten! Denn:

- Typische Bedürfnisse, Ansprüche und Problemlagen können veranschaulicht werden. Es macht emotional einen Unterschied, ob man sagt „Hans kann nicht in den Schlosspark, weil er blind ist“, oder ob man sagt „Blinde können nicht in den Schlosspark“. Das Problem wird greifbarer, weil man einen Namen und einen Menschen mit nachvollziehbaren Wünschen, Problemen und einer Biographie vor sich hat anstatt einer anonymen Gruppe. Man kann konkret fragen: „Würde Hans damit zurechtkommen?“.
- Die Anforderungen der potenziellen Gäste werden früh im Entwurfsprozess der Produktentwicklung erfasst und berücksichtigt. Das Angebot nachträglich „barrierefrei zu machen“ ist ggf. teurer und aufwändiger, als die Anforderungen von vornherein mitzudenken und umzusetzen. Viele Probleme, die ggf. erst bei Nutzertests durch Menschen mit Einschränkungen erkennbar würden, können so schon vorab gelöst werden. Wichtig: Personas sind kein Ersatz für Tests mit echten Nutzern! Nähere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Netzwerke aufbauen“.

Abbildung 20: „Wasser entdecken“.  
Die Brandenburger Erlebniswelten  
können für alle Gäste zugänglich sein  
(Quelle: TMB-Fotoarchiv,  
Yorck Maecke)



Zur Orientierung sollten Sie die Profile zu den fünf wichtigsten Zielgruppen der Marke Brandenburg heranziehen sowie Informationen zu den Anforderungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen zur Barrierefreiheit (Mobilitätseinschränkung, Sinneseinschränkung etc.) nutzen (siehe auch Kapitel 2 „Gäste kennenlernen“). Eigene Beobachtungen und Befragungen bei den Gästen können ebenso dazu beitragen, das Angebot optimal und bedarfsgerecht zu gestalten. Folgende empfehlenswerte Merkmalskategorien sollten Sie beschreiben:

- Allgemeine Angaben wie Name, Alter und Wohnort, persönliche Wertorientierungen und Einstellungen, Art der Einschränkung oder Behinderung etc.
- Reisemotive, Bedürfnisse und Wünsche (z. B. Natur- & Kulturliebhaber, Wellnessfan, Faszination für Neues, Zeit füreinander haben, Bildung und Erholung etc.)
- Verhalten bei der Inspiration und Information, Kernaktivitäten vor Ort, Nutzung von Social Media etc.

### Schritt 3: Festlegung der Produktbestandteile und Prüfung der Qualität entlang der Servicekette

Sind die Basisinformationen für das zu entwickelnde Produkt geklärt („Basischeck“), geht es an die Prüfung der einzelnen Elemente der Servicekette rund um das Kernangebot („Detailcheck“). Hierbei ist es wieder hilfreich, sich in die Rolle des Gastes (z. B. der vorab skizzierten Persona) zu versetzen und entlang der verschiedenen Kontaktpunkte zu prüfen:

- Was erwartet der Gast, was sind seine Ansprüche?
- Wie ist das jeweilige Kundenerlebnis derzeit dahingehend gestaltet? Kann es die Bedürfnisse und Anforderungen erfüllen? Fehlt noch etwas, muss etwas optimiert werden?
- Wie sieht die Gästezufriedenheit derzeit aus (falls das Angebot schon existiert)?

---

Beispielhafte Beschreibungen von Personas finden Sie im Tourismusnetzwerk Brandenburg:  
[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

---

Sie sind auf der Suche nach Partnern für die Entwicklung eines barrierefreien Angebots? Unter [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de) finden Sie rund 900 geprüfte Betriebe. Bestimmt ist auch in Ihrer Region ein passender Partner dabei.

---

## PRAXISBEISPIEL 16

### Produktentwicklungsworkshop im Ruppiner Seenland

Im Ruppiner Seenland gibt es eine Woche barrierefreien Urlaub rund ums Wasser, bei dem unterschiedlichste Partner aus dem Aktiv-, Kultur- und Wassersportbereich kooperieren.

Auf einem moderierten Produktentwicklungsworkshop zum barrierefreien Tourismus wurden Ideen zur Verbesserung der Servicekette und ihrer einzelnen Angebote erarbeitet. Mit dabei waren Leistungsträger mit ihren Angeboten rund ums Wasser, „Experten in eigener Sache“, die bereits einen Hausbooturlaub mit ihrem Rollstuhl gemacht haben sowie Touristiker aus Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Ganz wichtig dabei war die Entwicklung von Personas, die von barrierefreien Angeboten ganz besonders profitieren. Derzeit werden mit der Bootsverleihfirma Kuhnle Tours spezielle Törns ausgearbeitet, bei denen es per barrierefreiem Hausboot durch die wasserreiche Region geht.

[www.ruppiner-reiseland.de](http://www.ruppiner-reiseland.de)



## Touristische Servicekette und Aspekte zur Barrierefreiheit

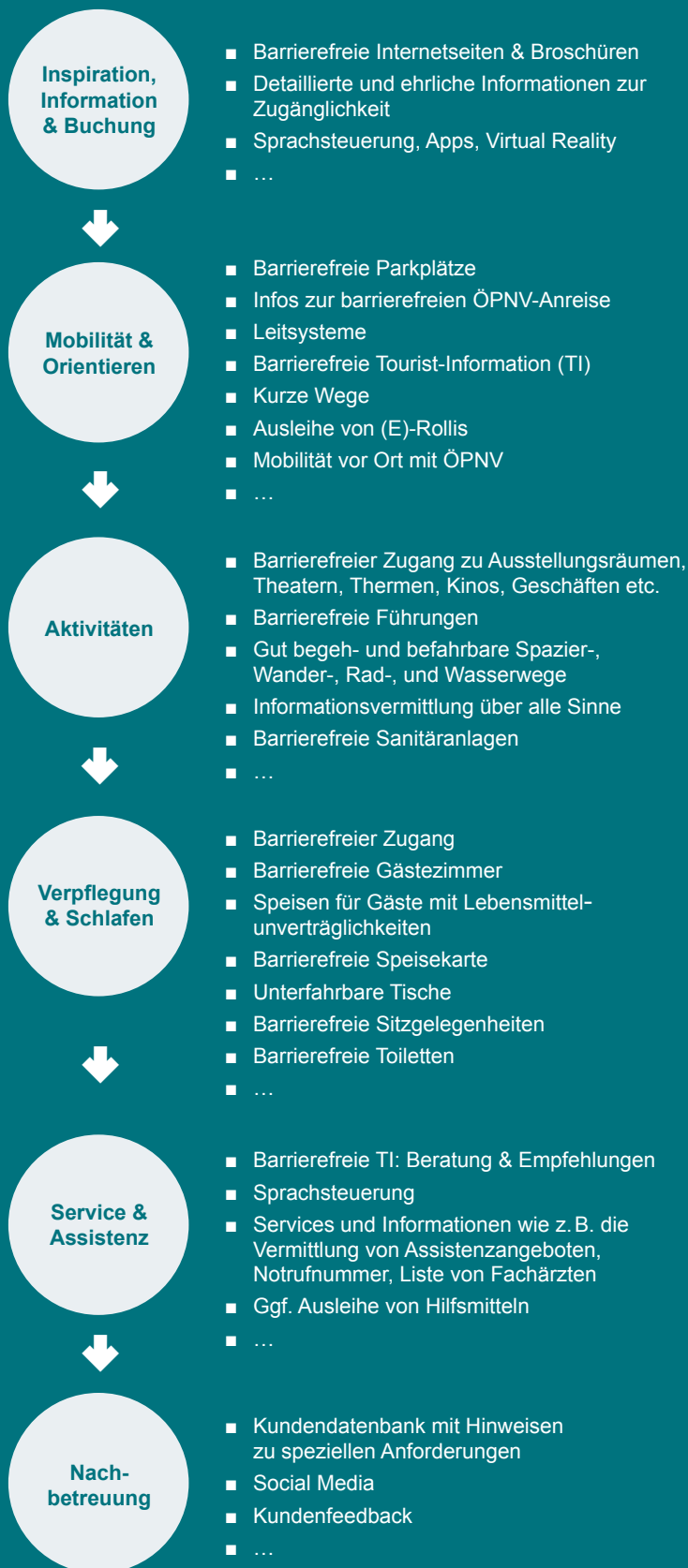


Abbildung 21: Elemente der touristischen Servicekette und Aspekte zur Barrierefreiheit (Quelle: Eigene Darstellung)

Zur Beantwortung dieser Fragen kann das nebenstehende Schema der Servicekette herangezogen werden. Die Elemente der Servicekette können dabei grundlegend variieren und nach Bedarf und für das jeweilige Gesamterlebnis noch differenzierter dargestellt werden. Es empfiehlt sich, die oben genannten Prüfpunkte zu verschriftlichen.

Bei vernetzten Angeboten, z. B. in einer Tourismusregion, sollten auch Zuständigkeiten und die Verteilung etwaiger Aufgaben festgelegt werden.

### Schritt 4: Musterablauf skizzieren

Sind die technischen Voraussetzungen geklärt, Kern- und Komplementärleistungen festgelegt, sollten mögliche Abläufe aus Kundensicht beispielhaft skizziert werden. Wie kann der perfekte Ausflugstag aussehen, wie der ideale Familienkurzurlaub über mehrere Tage?

Beschreiben Sie aus Sicht Ihrer Persona die Reise des Gastes: von der Vorbereitung über die Anreise bis zum Ankommen; vom Erleben erster Highlights, der Phase des Durchatmens und Einkehrens bis zu den Begegnungen mit Menschen der Region; vom Souvenirkauf über die Abreise bis zum Weitersagen ... Berücksichtigen Sie bei der musterhaften Darstellung die Dramaturgie und den Wechsel von aktiven und passiven Elementen. Und bei Ortswechseln prüfen Sie vorab: Sind die Wege nicht zu weit? Sind genug Pausen und Freiräume berücksichtigt?

Versuchen Sie bei Ihrer Planung, einen roten Faden zu verfolgen. Können Besonderheiten der Region das Leitthema für das Produkt darstellen?

Der skizzierte Ablauf kann gleichzeitig die Vorlage für eine Leistungsbeschreibung sein, die später im Marketing als Tagesausflugs-, Tour- oder Reiseempfehlung kommuniziert werden kann. Auch hierbei ist die Zielgruppen- bzw. Persona-Orientierung bei der Formulierung zu beachten.

### Schritt 5: Organisation, Vermarktung und weitere Schritte

Neben der Festlegung der Leistungen sind Preise und Verfügbarkeiten zu definieren. Anschließend sollten Sie sich Gedanken zur Vermarktungsstrategie machen, die ebenfalls auf die Zielgruppe(n) bzw. Persona(s) ausgerichtet sein sollte. Wo sind welche Informationen wichtig, welche Inhalte sollten auf welchen Kanälen ausgespielt werden etc.?

Zu beachten ist: Barrierefreiheit ist primär kein Reiseanlass. Gäste mit besonderen Bedürfnissen haben an ihr Urlaubsziel grundsätzlich die gleichen Erwartungen und Wünsche wie alle anderen Gäste auch. Sie wollen die Besonderheiten und Sehenswür-

digkeiten der Region erleben und müssen ebenso wie alle Gäste motiviert werden, nach Brandenburg zu kommen. Im Marketing wird es daher darauf ankommen, wenige – dafür aber hochattraktive – Produkte und Leistungsketten „ins Schaufenster zu stellen“ und den Gästen damit Lust auf einen Aufenthalt in Brandenburg zu machen. Es gilt also „Klasse statt Masse“ und das Herausstellen authentischer, geprüfter und funktionierender Reiseerlebnisse.

Zu klären ist abschließend, welche Schritte zur Umsetzung des Produkts noch nötig sind und in welcher Reihenfolge diese erledigt werden: Wer soll eingebunden werden und welche Aufgaben erledigen? Wann soll das Produkt in die Vermarktung gehen? Hilfreich ist es, zumindest vorübergehend einen Koordinator zu benennen. Noch besser ist jedoch ein Arbeitskreis mit Teilnehmern aus unterschiedlichen Branchen des Tourismus und behinderten Menschen, die als „Experten in eigener Sache“ aus eigener Anschauung beraten können.

---

#### Tipp

Auch die Durchführung eines Probedurchlaufs mit Testpersonen kann sinnvoll sein, um die Zugänglichkeit, aber auch die Abläufe auf Stimmigkeit zu überprüfen. Die Testpersonen können anhand eines Fragebogens oder strukturierten Interviews die einzelnen Angebotsbausteine und Serviceelemente bewerten. Diese liefern wertvolle Hinweise zur Verbesserung bzw. Anpassung des Angebots.

---

## PRAXISBEISPIEL 17

### Produktentwicklungsworkshop im Lausitzer Seenland

Im Lausitzer Seenland ist bereits eine Arbeitsgruppe zum barrierefreien Tourismus aktiv (siehe auch Kapitel 4 „Netzwerke aufbauen“). Auf einem moderierten Produktentwicklungsworkshop wurde gemeinsam überlegt, wie man die Bergbaufolgelandschaft auch für blinde Menschen erlebbar machen kann. Dazu wurde die Arbeitsgruppe um zusätzliche touristische Anbieter erweitert, die schon jetzt Angebote für blinde Menschen haben. Im Gespräch mit den blinden Teilnehmern des Workshops wurden die Schwierigkeiten der eigenständigen Orientierung vor Ort herausgearbeitet. Die Teilnehmer des Blinden- und Sehbehinderten Verband Brandenburg e. V., Bezirksgruppe Senftenberg werden die Produktentwicklung u.a. mit detaillierten schriftlichen Anleitungen zur Orientierung am Stadthafen Senftenberg und anderen touristischen Attraktionen unterstützen und Leistungsträger bei der Verbesserung ihrer Angebote beraten. Weitere Workshops sollen folgen, denn der gesamte Produktentwicklungszyklus lässt sich nicht an einem einzigen Tag durchlaufen.

[www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de)

---

#### Tipp

Auch das beste Angebot kann und muss verbessert werden. Produktentwicklung und Marketing sind eigentlich nie abgeschlossen. Zum einen sollte die Qualität ständig überprüft und ggf. verbessert werden. Zum anderen können sich Kundenbedürfnisse ändern und eine Anpassung erfordern. Auch Gästefeedback sollte gehört werden und in den ständigen Optimierungsprozess einfließen.

---



Chancen  
identifizieren



Gäste  
kennenzulernen



Barriere-  
freiheit  
schaffen



Netzwerke  
aufbauen



Produkte  
entwickeln



Barriere-  
freie Angebote  
vermarkten



## 6. ANGEBOTE VERMARKTEN

Auch Gäste, die barrierefreie Angebote benötigen, wollen ihre schönste Zeit des Jahres an einem Ziel verbringen, für das sie sich emotional begeistern. Erst dann prüfen sie, ob das auch zu ihren Bedingungen möglich ist. Vorteilhaft ist deshalb, barrierefreie Angebote über das Reiseerlebnis selbst zu bewerben und die jeweiligen Motive in der Ansprache in den Vordergrund zu stellen. Diese unterscheiden sich je nach Zielgruppe: Kultur erleben, Entspannen, Regionalität erleben, Natur beobachten, etc. Auch deshalb, weil behinderte Menschen häufig von anderen begleitet werden, die selbst nicht

auf Barrierefreiheit angewiesen sind. Für sie stehen das Reiseziel und spezifische Reiseerlebnisse als Buchungsmotive noch stärker im Vordergrund.

### Darstellung barrierefreier Angebote

Barrierefreiheit ist kein primärer Reiseanlass. Brandenburg und seine Urlaubsthemen schon. Setzen Sie deshalb bei Gästen mit barrierefreien Ansprüchen Ihre gesamte Erlebniswelt in Szene! Holen Sie Ihre Zielgruppen bei deren Reisemotiven ab und



konzentrieren Sie sich beim Zusammenstellen barrierefreier Angebote auf Ihre bereits vorhandenen Stärken!

Ergänzt durch professionelle Fotos, Videos sowie eindeutige und verlässliche Informa-

tionen erhalten Ihre Gäste beides: eine emotionale Ansprache und präzise Hinweise über barrierefreie Services und Infrastrukturen. Für die Art der Kommunikation barrierefreier Angebote gilt: ehrlich, einfach und klar sollte sie sein.

### Tipp

Die emotionale Ansprache der Gäste ist wichtig, aber viele Reisende mit besonderen Bedürfnissen fordern auch detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit. Für einen Rollstuhlfahrer können bei der Türbreite schon wenige Zentimeter darüber entscheiden, ob er Ihr Angebot nutzen kann oder nicht. Diese Informationen haben einen direkten Mehrwert. Anbieter sollten daher Informationen zur Barrierefreiheit transparent und über mehrere Kommunikationskanäle bereitstellen:



- Die TMB bietet allen touristischen Partnern die Möglichkeit, ihre barrierefreien Angebote nach dem landesweit etablierten **Informationssystem „Brandenburg für alle“** oder dem bundesweit einheitlichen **Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“** zu erheben und mit entsprechenden Piktogrammen darstellen zu lassen. Die Informationen können damit auf dem Special-Interest-Portal **www.barrierefrei-brandenburg.de** sowie in einer eigenen Broschüre dargestellt werden. Aktuell können Gäste aus mehr als 300 Übernachtungsangeboten, 440 Freizeitangeboten und rund 200 Gastronomiebetrieben ihren barrierefreien Aufenthalt in Brandenburg planen und zusammenstellen (Stand: Januar 2019). Über individuelle Suchfilter wie z. B. Türbreiten, Vorhandensein von Haltegriffen, aber auch Regionen und Angebotstypen können sie ihre Suche zudem spezifizieren und nach ihren individuellen Bedürfnissen filtern.
- Diese Informationen zur Barrierefreiheit werden gleichzeitig im landesweiten touristischen Informationssystem ausgespielt. Dazu gehören bspw. das Portal [reiseland-brandenburg.de](http://reiseland-brandenburg.de), die Brandenburg-App oder weitere, digitale Touchpoints in Tourist-Informationen oder in Hotels, die die zentrale Software „MeinBrandenburg“ nutzen. Auch lokale, auf einen bestimmten Standort bezogene Informationen zur Barrierefreiheit können dargestellt werden.
- Anbieter sollten zudem sicherstellen, die Informationen zur Barrierefreiheit auch auf ihrer eigenen Website als Serviceinformation anzubieten.
- Von Nutzern befüllte Datenbanken wie [wheelmap.org](http://wheelmap.org) (für Rollstuhlfahrer) oder auch große Plattformen wie Google stellen ebenfalls Daten zur Zugänglichkeit bereit und gewinnen an Bedeutung.

### Das Erklär-Video

„Machen Sie Ihr barrierefreies Angebot bekannt“ gibt Ihnen wertvolle Tipps für die Vermarktung Ihres Angebotes.

[www.tourismuszusatzwerk-brandenburg.de/themen/barrierefreiheit/vermarktungsmoeglichkeiten](http://www.tourismuszusatzwerk-brandenburg.de/themen/barrierefreiheit/vermarktungsmoeglichkeiten)





---

### Tipp

Viele Gäste freuen sich über komfortable Angebote, würden aber nicht gezielt nach Informationen zur Barrierefreiheit suchen. Um Komfort und Serviceleistungen zu kommunizieren, sollten Sie bei jeder Angebotsbeschreibung kurze Angaben zur Barrierefreiheit machen. Beispiel:

- „Das Restaurant ist ebenerdig erreichbar.“
  - „Das Hotel verfügt über einen Fahrstuhl.“
  - „An der Rezeption können Lesebrillen ausgeliehen werden.“
- 

## Storytelling

Touristische Kommunikation beschränkt sich nicht auf Angaben zur Barrierefreiheit. Vielmehr sollten Sie Ihr Angebot auch authentisch und stimmig kommunizieren. Ein Werkzeug dazu ist das Storytelling, bei dem Sie Gästen Ihre Urlaubsregion über Geschichten emotional näherbringen. Dadurch geben Sie ihnen die Chance, sich mit dem Reiseziel zu identifizieren.

Erzählen Sie von landschaftlichen Besonderheiten oder historischen Ereignissen, schauen Sie stellvertretend für Ihre Gäste einem Koch über die Schulter, wenn er ein regionales Gericht zubereitet oder illustrieren Sie den Aufenthalt des Gastes wie in der Broschüre „Brandenburg für alle“ anhand exemplarischer Reisen! Wichtig bei der Umsetzung von Storytelling ist eine emotio-

nale Ansprache mit starken Bildern, Videos und kurzweiligen Texten. Die Erzählformate und Themen sind für barrierefreie Reiseangebote ebenso vielfältig wie in der klassischen Kommunikation. Anders ist lediglich, dass Ihre Gäste zusätzliche spezifische Informationen benötigen, anhand der sie entscheiden können, ob das Angebot für sie ausreichend barrierefrei ist.

## Wissen, wo man den Gast erreicht

Bevor ein Gast eine Reise bucht, kommt er an verschiedenen Punkten mit einem Angebot, einem Produkt oder einer Dienstleistung in Berührung. Aber auch während seines Aufenthalts vor Ort benötigt der Gast Informationen und will inspiriert werden oder sucht konkrete Informationen. Dies geschieht über die einzelnen Touchpoints der so-

### PRAXISBEISPIEL 18

#### NaturThermeTemplin

Die NaturThermeTemplin ist nicht nur weitgehend barrierefrei, sie bietet ihren Gästen auch einen besonderen Service: Die Gäste finden an einem digitalen Touchpoint umfangreiche und aktuelle Informationen für ihren Aufenthalt in Templin und Umgebung. Die Frage, was man denn vor Ort so machen kann, wird zukünftig mit einer Menge Ausflugstipps digital beantwortet – je nach Standort, Tageszeit und geordnet nach individuellen Wünschen.

Der digitale Touchpoint wurde im Rahmen des Projektes „MeinBrandenburg“ vom Clustermanagement Tourismus entwickelt. Mit dem Projekt sollen vor allem kleine und mittelständische touristische Einrichtungen bei der Digitalisierung unterstützt werden. Denn: Immer mehr Gäste informieren sich nicht nur vor der Reise online oder buchen ihre Reise im Internet, sondern nutzen dieses auch während ihres Aufenthaltes vor Ort für kurzfristige Ausflugsrecherchen.

Die Software von „MeinBrandenburg“ identifiziert selbst den Standort und stellt über ein Eingabemenü differenziert nach den Ansprüchen des Gastes einen Strauß von Angeboten zusammen, der auf Stelen und Monitoren in beispielsweise Tourist-Informationen, Restaurants, Pensionen oder Museen angezeigt wird. Selbstverständlich sind in Brandenburg auch Informationen zur Barrierefreiheit dabei.

[www.naturthermetemplin.de](http://www.naturthermetemplin.de)

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/strategie-kooperation/alle-projekte/projektbeschreibung/software-projekt-meinbrandenburg-digitale-gaesteinformationen-fuer-alle/](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/strategie-kooperation/alle-projekte/projektbeschreibung/software-projekt-meinbrandenburg-digitale-gaesteinformationen-fuer-alle/)

nannten Customer Journey (siehe auch Kapitel 5 „Produkte entwickeln“). Dazu zählen zunächst die direkten und beeinflussbaren Interaktionskanäle zwischen Anbieter und Gast – zum Beispiel die Plattform [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de), aber auch Telefonate, Mailings oder Messen. Darüber hinaus existieren auch indirekte und oft nicht beeinflussbare Interaktionsmomente wie die Meinung Dritter auf Bewertungsportalen, in Blogs, Reiseberichten oder Userforen. Rollstuhlfahrer zum Beispiel sind oft sehr gut vernetzt und tauschen sich aktiv über Reisebedingungen aus.

Um Angebote zielgerichtet vermarkten zu können, ist es also nicht nur wichtig, die Customer Journey, wo immer möglich, zielgerichtet und fokussiert auf die unterschiedlichen Zielgruppen zu bedienen. Es ist auch wichtig, über Pressearbeit Journalisten zu aktivieren, Social Media Kanäle zu bespielen oder zum Beispiel Kooperationen mit Bloggern zu testen.

## Analoge und digitale Medien barrierefrei gestalten

Wenn Sie Reisenden mit Einschränkungen einen Mehrwert bieten wollen, dann stellen Sie neben den digitalen Informationen ergänzend auch gedruckte Informationen zur Verfügung. Denn vor allem ältere Gäste nutzen diese überdurchschnittlich häufig. Diese sollten barrierefrei und für alle Gästegruppen leicht verständlich sein. Selbstverständlich sollte aber auch Ihr Internetauftritt barrierefrei gestaltet sein, denn dann können sich z. B. blinde Nutzer die Webseite von ihrem Smartphone oder einer digitalen Vorlesehilfe (ein sog. Screenreader) am PC vorlesen lassen.

Für die Gestaltung heißt das, dass Ihre Werbemittel, Beschilderungen und Internetseiten bequem zu lesen sind. Dies können Sie mit einem möglichst großen Schriftgrad und einer schnörkellosen Schriftart unterstützen. Besonders angenehm zu lesen sind kontrastreiche Schrift- und Hintergrundfarben wie Schwarz-Weiß oder Blau-Weiß. Vermeiden Sie hingegen kursive Schriften und Unterstreichungen!

### Tip

Die Kommunikation ist immer entsprechend dem Informationsverhalten der Zielgruppe differenziert zu gestalten. Überlegen Sie, über welche Marketingkanäle Ihre Zielgruppen am besten zu erreichen sind. Wo lassen diese sich inspirieren, wo suchen sie konkrete Informationen zu Angeboten und zur Barrierefreiheit? Über welche Medien informiert sich diese Zielgruppe? Welche Quellmärkte sind relevant?

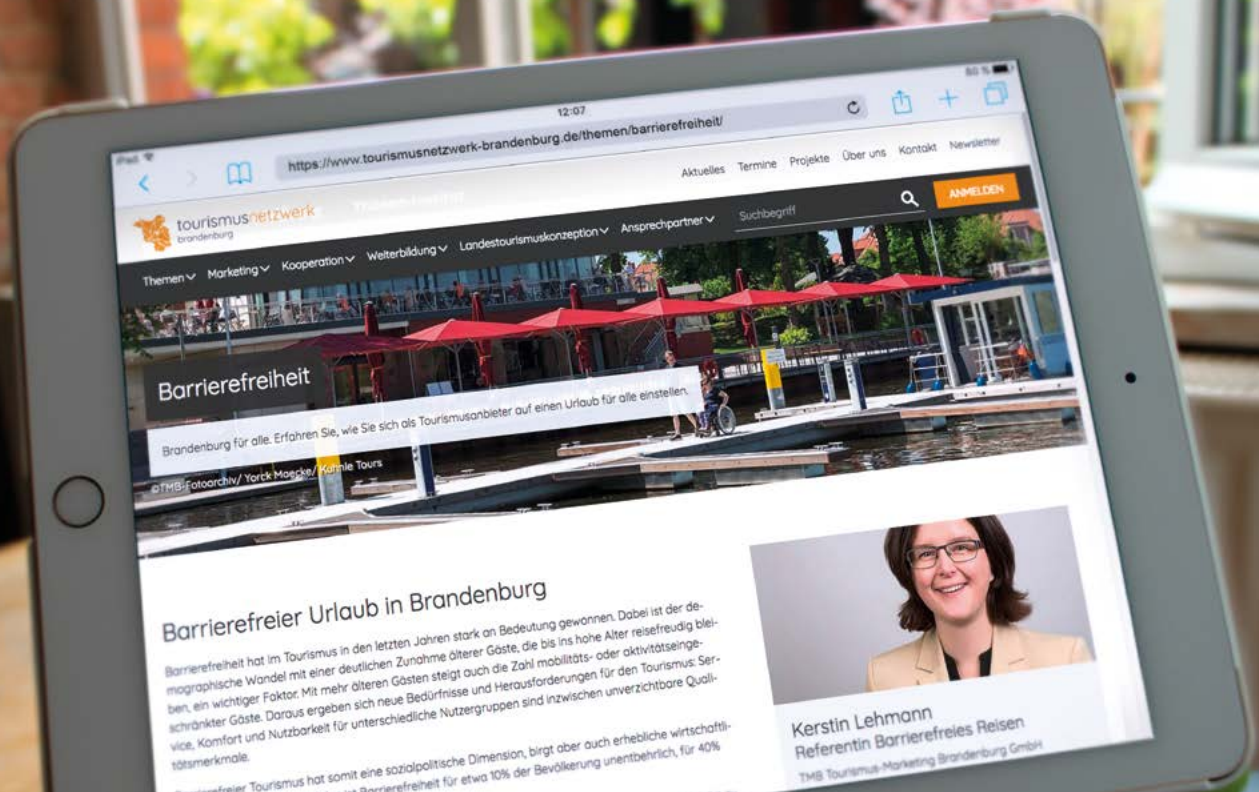
### PRAXISBEISPIEL 19



#### Broschüre Lausitzer Seenland

Das Lausitzer Seenland hat eine umfangreiche Broschüre mit barrierefreien Angeboten aufgelegt. Gäste finden auf 64 Seiten umfangreiche Informationen zu Freizeitangeboten, Beherbergungsbetrieben und Gastronomie. Alle vorgestellten Betriebe sind nach „Brandenburg für Alle“ erhoben worden.

[www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de)



## 7. DIE WICHTIGSTEN TIPPS IM ÜBERBLICK

### Zielgruppen einbeziehen

Vor allem im barrierefreien Tourismus ist es wichtig, die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste genau zu kennen. Und niemand kennt die Bedürfnisse von Rollstuhlfahrern besser als ein Rollstuhlfahrer, kein sehender Mensch kann die Barrieren für blinde Gäste so gut identifizieren wie ein blinder Mensch. Am besten ist es, wenn diese „Experten in eigener Sache“ Ihre Reiseregion kennen und Tipps aus eigener Anschauung geben können.

### Motivierte Leistungsträger sind wichtige Treiber

Touristiker, Kommunen und Destinationsentwickler können bei der Produktentwicklung wichtige Impulse setzen. Die eigentliche

Leistung am Gast wird aber von Anbietern erbracht. Daher müssen Leistungsträger in die Produktentwicklung einbezogen werden, die ein starkes eigenes Interesse am Erfolg haben.

### Servicekette schließen

Häufig wird übersehen, dass ein oder zwei gute Angebote für einen Gast mit besonderen Bedürfnissen nicht ausreichen. Die Servicekette ist im barrierefreien Tourismus von besonderer Bedeutung, denn eine Lücke in der Kette kann z. B. für einen Rollstuhlfahrer eine unüberwindliche Barriere sein, die schlimmstenfalls zu einem Abbruch der Reise führt. Überlegen Sie also ganz genau, welche Anbieter Sie in den Produktentwicklungsprozess einbeziehen müssen.

## Arbeitsgruppe „Barrierefreier Tourismus“ bilden

Im Zuge der Produktentwicklung wird Ihnen auffallen, dass ein einziges Treffen der Partner nicht ausreicht. Auch wenn Sie sich schon im Vorfeld Gedanken über die Servicekette gemacht haben, kann im Produktentwicklungsworkshop schnell der Wunsch nach Einbindung weiterer Partner entstehen. Zudem sollten Sie den zeitlichen Aufwand für die Produktentwicklung nicht unterschätzen. Es ist besser, bei der Produktentwicklung sorgfältig zu arbeiten und sich Zeit zu nehmen, als mit einem unausgewogenen Produkt auf den Markt zu gehen, das entweder nicht angenommen wird oder stark verbessert werden muss. Am besten geht das mit einer festen Arbeitsgruppe, die sich in der Reiseregion oder der Kommune regelmäßig trifft und aus Akteuren der unterschiedlichen Elemente der Servicekette besteht.

## Produktpaten benennen

Gute Ideen müssen auch umgesetzt werden. Gerade bei vielen Partnern ist eine Koordination der Aktivitäten notwendig. Dazu bedarf es eines motivierten Produktpaten, der auf die Einhaltung des Zeitplans achtet, die Vorbereitung für Folgetreffen übernimmt und die Entwicklung vorantreibt. Der Produktpate kann ein Vertreter der Destination oder der Kommune sein, es kommt aber auch ein motivierter Leistungsträger in Frage.

## Feedback einholen

Auch ein gutes touristisches Produkt kann und muss verbessert werden. Fragen Sie Ihre Gäste nach ihren Erfahrungen, hören Sie genau zu und nehmen Sie die Aussagen Ihrer Gäste ernst. Kritik sollte als Chance für Verbesserungen genutzt und nicht negativ bewertet werden.

## Tourismusnetzwerk Brandenburg

Das Tourismusnetzwerk Brandenburg bietet Ihnen in der Rubrik „Barrierefreiheit“ zahlreiche Informationen rund um das Thema.

- Ein kurzes **Erklär-Video** führt in die Bedeutung des barrierefreien Tourismus ein, stellt wichtige Zielgruppen vor und gibt Tipps für die Umsetzung.
- **Checklisten** zu unterschiedlichen Themen der Barrierefreiheit helfen Ihnen bei der Beseitigung von Barrieren und bei der Gestaltung Ihrer Angebote.
- In einem weiteren **Erklär-Video** erfahren Sie, wie Sie Ihre barrierefreien Angebote in Brandenburg erfolgreich vermarkten können.
- Zudem finden Sie Informationen zu **barrierefreien Radwegen** in Brandenburg.
- Sie erfahren, wie Sie mit dem **Kennzeichnungssystem „Brandenburg für Alle“** Ihre Gäste detailliert über die Barrierefreiheit Ihres Angebotes informieren.
- Das **Weiterbildungsangebot** der Tourismusakademie Brandenburg (TAB) umfasst Seminare und Schulungen zu unterschiedlichen Themen der Barrierefreiheit.

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

## Brandenburg barrierefrei

- Auf der Webseite „Brandenburg barrierefrei“ können Sie Ihr gekennzeichnetes Angebot den Gästen vorstellen [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)
- Unter den erhobenen Anbietern finden Sie ggf. passende Partner für gemeinsame Projekte



## Verzeichnis der Praxisbeispiele

Praxisbeispiel 1: Brandenburger Städte und Kommunen gehen voran	
Praxisbeispiel 2: Pension Pustebume in Meyenburg .....	9
Praxisbeispiel 3: Barnim Panorama in Wandlitz .....	10
Praxisbeispiel 4: Museum des Dreißigjährigen Krieges in Wittstock..11	
Praxisbeispiel 5: Gästeführer mit kognitiven Einschränkungen Potsdam .....	11
Praxisbeispiel 6: Seehotel Rheinsberg .....	13
Praxisbeispiel 7: Barrierefreie Radtouren in Brandenburg .....	15
Praxisbeispiel 8: Alte Apotheke und Museum/Tourist-Information Eberswalde .....	16
Praxisbeispiel 9: Dahme/Mark .....	18
Praxisbeispiel 10: ElsterPark in Herzberg .....	20
Praxisbeispiel 11: Taktile Parkführer für blinde und sehbehinderte Menschen im Ostdeutschen Rosengarten Forst (Lausitz) .....	20
Praxisbeispiel 12: Barrierefreie Angebote des Verkehrsverbunds Berlin-Brandenburg (VBB) .....	21
Praxisbeispiel 13: Bernau barrierefrei .....	22
Praxisbeispiel 14: Netzwerk Wissensvermittlung im Kulturbereich in Leichter und einfacher Sprache in Potsdam .....	24
Praxisbeispiel 15: Handbike-Touren im Lausitzer Seenland .....	26
Praxisbeispiel 16: Produktentwicklungsworkshop im Ruppiner Seenland .....	29
Praxisbeispiel 17: Produktentwicklungsworkshop im Lausitzer Seenland .....	31
Praxisbeispiel 18: NaturThermeTemplin .....	34
Praxisbeispiel 19: Broschüre Lausitzer Seenland .....	35

## Endnoten

- Schrader, R. (2016): Wie das System „Reisen für Alle“ die zielgrup-  
pengerechte Gestaltung und Kommunikation barrierefreier Angebote  
unterstützt. Präsentation auf dem „Tag des Barrierefreien Touris-  
mus“ auf der ITB 2017. Online unter: [http://www.germany.travel/  
media/content/barrierefreies\\_reisen/tag\\_des\\_barrierefreien\\_touris-  
mus\\_2017/pdf\\_14/DSFT-Projekt-ITB-final\\_Rolf\\_Schrader.pdf](http://www.germany.travel/media/content/barrierefreies_reisen/tag_des_barrierefreien_touris-<br/>mus_2017/pdf_14/DSFT-Projekt-ITB-final_Rolf_Schrader.pdf)
- Statistisches Bundesamt (2018): 13. Koordinierte Bevölkerungsvor-  
ausberechnung für Deutschland. Online unter: <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/>
- Schrader (2016)
- Neumann, P. & P. Reuber (Hrsg.) (2004): Ökonomische Impulse ei-  
nes barrierefreien Tourismus für Alle. Langfassung einer Studie im  
Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Münster.  
(= Münstersche Geographische Arbeiten 47)
- [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)
- 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
- Beachten Sie auch die Vorgaben der Verordnung über den Bau und  
Betrieb von Beherbergungsstätten (Brandenburgische Beherber-  
gungsstättenbau-Verordnung - BbgBeBauV). Online unter: [https://  
bravors.brandenburg.de/verordnungen/bbgbebauv#11](https://bravors.brandenburg.de/verordnungen/bbgbebauv#11) (zuletzt abge-  
rufen am 29.11.2018)
- Statistisches Bundesamt (2018): 13. Koordinierte Bevölkerungsvor-  
ausberechnung nach Bundesländern. Online unter: [https://service.  
destatis.de/laenderpyramiden/](https://service.destatis.de/laenderpyramiden/) (Zuletzt abgerufen am 25.11.2018)

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerungspyramiden für das Land Brandenburg in den Jahren 2015 und 2030. Der Anteil älterer Menschen wird deutlich zunehmen. ....	5
Abbildung 2: Tastmodell in Bad Belzig (Quelle: TMB-Fotoarchiv, D. Ludwig) .....	10
Abbildung 3: Abgesenkter Tresen im Seehotel Rheinsberg (Quelle: Seehotel Rheinsberg) .....	13
Abbildung 4: Tastbares Exponat im Slawendorf Brandenburg an der Havel (Quelle: TMB-Fotoarchiv, K. Lehmann) .....	14
Abbildung 5: Bequem erreichbare Beobachtungshütte mit unterfahrbaren Sehschlitzen in Schwedt (Quelle: NeumannConsult) .....	15
Abbildung 6: Tourist-Information in Rheinsberg (Quelle: TMB-Archiv, Y. Maecke) .....	16
Abbildung 7: Skizze einer barrierefreien Toilette (Quelle: NeumannConsult/Derek Pommer) .....	17
Abbildung 8: Parkplatz in der Gemeinde Schwielowsee (Quelle: NeumannConsult) .....	17
Abbildung 9: Abgeschliffenes Kopfsteinpflaster (Quelle: NeumannConsult) .....	18
Abbildung 10: Komfortable Bänke mit Rücken- und Armlehnen und einer ebenen Sitzfläche (Quelle: NeumannConsult) .....	18
Abbildung 11: Der Rundweg in Dahme/Mark (Quelle: NeumannConsult) .....	18
Abbildung 12: Skizze einer barrierefreien Rampe (Quelle: NeumannConsult/Derek Pommer) .....	19
Abbildung 13: Beispiel für eine mobile Rampe (Quelle: NeumannConsult) .....	19
Abbildung 14: Orientierungsplan mit tastbarer Pyramiden- und Brailleschrift (Quelle: TMB-Fotoarchiv, K. Lehmann) .....	19
Abbildung 15: Der neue taktile Parkführer des Ostdeutschen Rosengartens (Quelle: Stadt Forst (Lausitz), Annette Schild) .....	20
Abbildung 16: Bushaltestelle (Quelle: IBH Ingenieurbüro Hartmann, Bonn) .....	21
Abbildung 17: Die touristische Servicekette („Customer Journey“) beinhaltet alle Leistungen, die ein Gast vor, während und nach seinem Urlaub benötigt. (Quelle: Eigene Darstellung) .....	26
Abbildung 18: Handbiker haben einen höheren Platzbedarf als Fahrradfahrer und benötigen eine gut befahrbare Wegdecke (Quelle: TV Lausitzer Seenland, Nada Quenzel) .....	26
Abbildung 19: Produktentwicklung in fünf Schritten (Quelle: Eigene Darstellung) .....	27
Abbildung 20: „Wasser entdecken“. Die Brandenburger Erlebniswelten können für alle Gäste zugänglich sein (Quelle: TMB-Fotoarchiv, Yorck Maecke) .....	29
Abbildung 21: Elemente der touristischen Servicekette und Aspekte zur Barrierefreiheit (Quelle: Eigene Darstellung) .....	30

## Impressum

### *Herausgeber*

Ministerium für Wirtschaft und Energie  
des Landes Brandenburg  
Heinrich-Mann-Allee 107, 14473 Potsdam  
www.mwe.brandenburg.de

### *Fachliche Beratung und Redaktion*

NeumannConsult (Münster) und  
tourismus plan B GmbH (Berlin)

### *Gestaltung*

FISCHUNDBLUME Design GbR  
Yvonne Berthold & Katrin Hellmann (Berlin)  
www.fischundblume.de

### *Druck*

Pinguin Druck GmbH (Berlin)

### *Stand*

Dezember 2018

### *Auflage*

250

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

### *Bildnachweise*

Titelbild: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 3: Till Budde  
S. 4: Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V./Nada Quenzel  
S. 7: TMB-Fotoarchiv/Steffen Lehmann  
S. 8 (oben): Klaus-Peter Kappest  
S. 8 (2. v. oben): Robert Kneschke  
S. 8 (3. v. oben): shutterstock/goodluz  
S. 8 (4. v. oben): shutterstock/michaeljung  
S. 8 (unten): shutterstock/Monkey Business Images  
S. 10: TMB/D. Ludwig  
S. 12: TMB-Fotoarchiv/Regina Zibell  
S. 13: Seehotel Rheinsberg  
S. 14: TMB-Fotoarchiv/K. Lehmann  
S. 15: NeumannConsult  
S. 16: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 17 (oben): NeumannConsult/Derek Pommer  
S. 17 (unten): NeumannConsult  
S. 18 (oben links): NeumannConsult  
S. 18 (oben rechts): NeumannConsult  
S. 18 (unten): NeumannConsult  
S. 19 (oben): NeumannConsult/Derek Pommer  
S. 19 (Mitte): NeumannConsult  
S. 19 (unten): TMB-Fotoarchiv/K. Lehmann  
S. 20: Stadt Forst (Lausitz)/Annette Schild  
S. 21: IBH Ingenieurbüro Hartmann, Bonn  
S. 23: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 25: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 26: Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V./Nada Quenzel  
S. 29: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 32: TMB-Fotoarchiv/Yorck Maecke  
S. 36: fischundblume



Ministerium für Wirtschaft  
und Energie

**Ministerium für Wirtschaft und  
Energie des Landes Brandenburg**

Heinrich-Mann-Allee 107

14473 Potsdam

Telefon: (0331) 866-0

Fax: 0331 866 17 26

[oeffentlichkeitsarbeit@mwe.brandenburg.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@mwe.brandenburg.de)

[www.mwe.brandenburg.de](http://www.mwe.brandenburg.de)

*Diese Broschüre darf nicht während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Unabhängig davon, wann auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift den Empfängern zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.*

