



**Untersuchung des touristischen Marktpotenzials für
blinde und sehbehinderte Reisende und
Konzeption eines Ratgebers für den barrierefreien
Naturtourismus
1. Band**

Masterarbeit
zur Erlangung des Grades eines „Master of Arts“ (M.A.)

an den Fachbereichen Nachhaltige Wirtschaft und Landschaftsnutzung und
Naturschutz im Masterstudiengang „Nachhaltiges Tourismusmanagement“
der
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH)

vorgelegt von
Luisa Oldörp
Matr.-Nr. 11207613

Erstgutachter: Prof. Dr. Claudia Brözel
Zweitgutachter: Dörte Beyer (M.A.)

Eberswalde, 31.07.2013

Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wird das Marktpotenzial des barrierefreien Tourismus für blinde und sehbehinderte Reisende untersucht sowie ein touristischer Ratgeber zur Konzeption naturnaher Angebote entwickelt. Dabei wird der deutsche Markt für deutsche Nachfrager analysiert. Zur Errechnung des Marktpotenzials werden die Zahl der deutschen Sehbehinderten und Blinden, das Marktvolumen und das maximale Marktpotenzial ermittelt. Aus einer sekundären Analyse ergibt sich, dass das Marktpotenzial bisher noch nicht ausgeschöpft ist. Im Vergleich zum Marktvolumen ist eine weitere Steigerung von 20 % möglich. Durch den demografischen Wandel und die verbesserte Medizin steigt die Zahl der Menschen mit einer altersbedingten Sehbehinderung, die reisen wollen. Um diese Nachfrager zu einer Reise zu animieren und ihnen Ängste zu nehmen, muss weiter an den barrierefreien Tourismusangeboten gearbeitet werden. Mittels einer sekundären Literaturanalyse und einer qualitativen Umfrage von betroffenen Nachfragern und Tourismusanbietern in Deutschland wird der Handlungsbedarf ermittelt. Dabei ergibt sich, dass Sehbehinderte und Blinde in den Tourismus integriert werden sollten, indem die touristischen Angebote für alle Reisenden offen sind. Eine barrierefreie Konzeption muss in der gesamten touristischen Leistungskette vorgenommen und für alle Behindertengruppen gestaltet werden. Insbesondere im hohen Alter leiden die sehbehinderten oder blinden Menschen häufig an einer Mobilitätseinschränkung. Die Befragung der betroffenen Personen hat ergeben, dass das Interesse an naturnahen Tourismusangeboten sehr groß ist. Aus diesem Grund sollten die Angebote für die Zielgruppe der Sehbehinderten und Blinden konzipiert werden. Dies ist wegen der Naturbelassenheit zwar schwierig, aber möglich. Ein Ratgeber für Tourismusanbieter beschreibt die nötigen Veränderungen, um ein Naturangebot für Menschen mit einem eingeschränkten visuellen Sinn erlebbar zu machen. Dabei sollte insbesondere auf die Wahrnehmung und Orientierung ohne Assistenz geachtet werden. Voraussetzung für das Erleben eines barrierefreien Naturangebots mit den vier anderen Sinnen ist allerdings immer die Offenheit der sehbehinderten und blinden Reisenden gegenüber Neuem und das Vertrauen in die Tourismusanbieter. Dies setzt die Integrationsbereitschaft der Anbieter und damit die Schulung des Servicepersonals sowie die Bereitstellung von Orientierungshilfen voraus, um soziale Nachhaltigkeit zu erreichen.

Abstract

In this paper the market potential of accessible tourism for blind and visually impaired travelers is analyzed and a guidebook about the design of nature tourism offerings is developed. In this process the German market for German consumers is analyzed. To calculate the market potential the number of German blind and visually impaired people, the market volume and the market potential are determined. A literature analysis shows that the market potential has not been reached yet. Compared to the market size a further increase of 20% is possible. Demographic change and improved medicine lead to an increased number of people with age-related visual impairment who still want to travel. A further improvement of accessible tourism is necessary so that consumers are more motivated to travel. The findings of literature analysis and qualitative survey among affected consumers and tourism providers in Germany describe the need for action. Visually impaired and blind people should be integrated into tourism offers. A barrier-free design must be carried out in the whole tourism service chain and must be designed for all disability groups. Especially older people, who are visually impaired or blind, often suffer a mobility limitation as well. The results of the survey with visually impaired and blind people show, that there is a huge interest in nature-based tourism offers. For this reason the attractions should be designed for the relevant target group. Due to the naturalness this new approach is difficult, but possible. The guidebook for tourism stakeholders describes the changes which are necessary to make offers accessible for people with a limited visual sense. Tourism actors should pay special attention to the perception and orientation without assistance by sighted people. However, the prerequisite for the experience of a barrier-free nature offer with the four other senses is always an openness of visually impaired and blind travelers to new ideas and the trust in tourism provider. This requires a training of service staff, a supply of guidelines and thereby also the willingness for integration by the supplier.

Inhaltsverzeichnis

I	Abkürzungsverzeichnis	I
II	Abbildungsverzeichnis	II
III	Tabellenverzeichnis	III
1	Einleitung	1
1.1	Ausgangssituation	1
1.2	Zielsetzung und Gegenstand der Arbeit	3
1.3	Aufbau der Arbeit	4
2	Theoretische Grundlagen: Begriffsabgrenzung und wissenschaftlicher Hintergrund	5
2.1	Barrierefreier Tourismus	5
2.2	Behinderung, Sehbehinderung und Blindheit	7
2.3	Disability Studies - Social and Medical Model of Disability	10
3	Methodik	16
4	Eine Marktpotenzialanalyse: Tourismus für blinde und sehbehinderte Reisende	23
4.1	Marktdefinition und –abgrenzung	23
4.2	Analyse des Marktvolumens	26
4.3	Analyse des Marktpotenzials.....	30
5	Blinde und Sehbehinderte auf Reisen	34
5.1	Beschreibung der Zielgruppe	34
5.2	Das Reiseverhalten Blinder und Sehbehinderter.....	37
5.3	Barrieren und Möglichkeiten in der touristischen Dienstleistungskette	41
5.3.1	Informieren, Planen und Erinnerung.....	44
5.3.2	An- und Abreise	45
5.3.4	Unterkunft	48
5.3.5	Assistenz.....	49
5.3.6	Essen.....	50
5.3.7	Freizeit	50
5.3.8	Unterhaltung	50
5.3.9	Einkaufen	51

6 Naturnahe Tourismusangebote für blinde und sehbehinderte Reisende	52
6.1 Definition Naturtourismus.....	52
6.2 Analyse naturnaher Tourismusangebote in Deutschland für Blinde und Sehbehinderte	54
6.3 Barrieren in der Nutzung naturnaher Tourismusangebote.....	61
6.4 Ein Ratgeber zur barrierefreien Gestaltung von naturtouristischen Angeboten ..	64
6.4.1 Produktpolitik	65
6.4.2 Preispolitik.....	72
6.4.3 Kommunikationspolitik.....	72
6.4.4 Distributionspolitik	74
7 Fazit und Ausblick.....	75
IV Quellenverzeichnis	IV
V Anhang.....	XIV
VI Ehrenwörtliche Erklärung.....	V