

# Machbarkeitsstudie

## Kompetenzzentrum „Tourismus für alle“ in der Müritz - Region



### **Auftraggeber**

Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland  
LV Mecklenburg-Vorpommern / Kreisverband „Müritz“  
„Für Selbstbestimmung und Würde“ e.V.  
Teterower Str. 15  
17192 Waren (Müritz)  
Tel/ Fax (03991) 731893



Ein Projekt der LEADER+ Aktionsgruppe Mecklenburgische  
Seenplatte-Müritz aus Mitteln der EU-Gemeinschaftsinitiative  
LEADER+  
Mit Unterstützung des Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft,  
Forsten und Fischerei Mecklenburg-Vorpommern und des  
Landkreises Müritz



Wirtschaftsförderung Müritz GmbH  
Warendorfer Straße 20  
17192 Waren (Müritz)  
Tel: (03991)634-311  
Fax: (03991)634-320  
Wfm01@t-online.de  
<http://www.wfm-mueritz.de>

Vorgelegt von



Gesellschaft für Tourismusentwicklung  
Vorpommern mbH

Fischstr. 11  
17489 Greifswald

Tel. 03834 891 132  
Fax 03834 891 130

Email [getev@getev.de](mailto:getev@getev.de)  
Web [www.getev.de](http://www.getev.de)

# Inhalt

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
1.1	DAS PROJEKT .....	1
1.2	DIE MACHBARKEITSSTUDIE .....	2
<b>2</b>	<b>MARKTANALYSE</b> .....	<b>3</b>
2.1	MARKTENTWICKLUNG .....	3
2.2	NACHFRAGEVERHALTEN .....	5
2.3	ANGEBOTSSITUATION .....	8
2.3.1	<i>Die touristische Servicekette</i> .....	8
2.3.2	<i>Methodik der Angebotsanalyse in der Müritz-Region</i> .....	9
2.3.3	<i>Ergebnisse der Angebotsanalyse in der Müritz-Region</i> .....	10
2.4	FAZIT .....	17
<b>3</b>	<b>AUFGABEN DES KOMPETENZZENTRUMS</b> .....	<b>19</b>
3.1	ÖFFENTLICHE AUFGABEN .....	19
3.2	PRIVATWIRTSCHAFTLICHE AUFGABEN .....	19
3.3	GÄSTEBEZOGENE AUFGABEN .....	20
3.4	FAZIT .....	21
<b>4</b>	<b>DAS KONZEPT – KOMPETENZZENTRUM FÜR BARRIEREFREIEREN TOURISMUS</b> .....	<b>22</b>
4.1	GRUNDVORAUSSETZUNGEN .....	22
4.2	BEREICHE .....	23
4.3	ENTWICKLUNGSPHASEN .....	24
4.2.1	<i>Anlaufphase (1. Jahr)</i> .....	24
4.2.2	<i>Aufbauphase (2. Jahr)</i> .....	25
4.2.3	<i>Konsolidierungsphase (3. Jahr)</i> .....	25
4.3	FINANZEN .....	26
4.5	STANDORT .....	27
4.6	PERSONAL .....	27
4.6.1	<i>Berater und Produktentwickler für barrierefreien Tourismus</i> .....	27
4.6.2	<i>Vertriebs- und Marketingspezialist für barrierefreien Tourismus</i> .....	28
4.7	ORGANISATION .....	28
4.8	FAZIT .....	30
<b>5</b>	<b>WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b> .....	<b>31</b>
5.1	FÖRDERMÖGLICHKEITEN .....	31
5.2	STUDIEN UND HANDBÜCHER .....	32
<b>ANHANG</b>	<b>.....</b>	<b>I</b>
ANHANG I	DATENBANK INFORMATION .....	I
ANHANG II	DATENBANK AN- UND ABREISE .....	I
ANHANG III	DATENBANK ÜBERNACHTUNG .....	I
ANHANG IV	DATENBANK TRANSPORT VOR ORT .....	I
ANHANG V	DATENBANK AUFENTHALT/ ATTRAKTIONEN, AKTIVITÄTEN, GASTRONOMIE .....	I
ANHANG VI	DATENBANK SERVICE VOR ORT, MEDIZINISCHE VERSORGUNG .....	I
ANHANG VII	VERTRAGSENTWURF KOOPERATION .....	I
ANHANG VIII	VERTRAGSENTWURF ARGE .....	I

# 1 Einleitung

In Deutschland findet eine starke Thematisierung des „Tourismus für Alle“ statt, was teilweise auf die Durchführung des „Europäischen Jahres der Menschen mit Behinderungen“ (2003) zurück zu führen ist<sup>1</sup>. Die Etablierung eines barrierefreien Urlaubs für alle ist ein wichtiger Schritt zur Gleichberechtigung und Integrierung der Mobilitätseingeschränkten Menschen in den regulären Tourismus.

Der Begriff *Barrierefreiheit* geht auf die Betrachtung der baulichen Umgebung zurück, seit Inkrafttreten des Gleichstellungsgesetzes (2002) hat der Begriff *Barrierefreiheit* ein breiteres Bedeutungsspektrum:

Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind“ (Gleichstellungsgesetz: Artikel 1, §4).

## 1.1 Das Projekt

Barrierefrei Reisen - was bedeutet das, und ist es eine Erfolg versprechende Perspektive für die Tourismusbranche in der Müritz Region, dem Herz des "Landes der tausend Seen" - der Mecklenburgischen Seenplatte in Deutschlands nord-östlichem Bundesland?

Vor dem Hintergrund eines nicht einfacher werdenden Marktes im Deutschlandtourismus steigt der Druck, sich zu professionalisieren und sich mit seinem Angebot weitaus stärker auf einzelne Zielgruppen einzustellen.

Gleichzeitig nimmt in Deutschland die Zahl der Menschen zu, die auf die eine oder andere Art und Weise mobilitätseingeschränkt sind. Das können Menschen sein, die auf den Rollstuhl angewiesen sind oder andere Behinderungen haben. Das können z.B. aber auch Mütter mit Kinderwagen sein, die deshalb in ihrem Aktionsradius eingeschränkt sind.

Diesen Personengruppen im Urlaub Angebote zu machen, die diese Einschränkungen möglichst weit abbauen - also barrierefrei sind -, ist eine Aufgabe, die sich nicht über Nacht selbst erfüllt. Eine Region jedoch, die es schafft, barrierefreien Urlaub anzubieten, hat für diese Zielgruppen einen möglicherweise entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Um diese Entwicklung voranzutreiben, entstand die Idee ein Kompetenzzentrum „Barrierefreier Tourismus für die Müritz Region“ einzurichten.

---

<sup>1</sup> Es erschienen repräsentative Publikationen zum Thema Barrierefreiheit, wie zum Beispiel die *Ökonomischen Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle*, das Themenpaket *Tourismus für Alle* sowie die *Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010*, welche als theoretische Grundlagen dieser Studie dienen. Außerdem wurde vom November 2004 bis April 2005 eine Seminarreihe zum Thema „Gastfreundschaft für alle“ in ganz Deutschland durchgeführt. Die Seminare wurden vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, den ADAC und der Firma NEUMANNCONSULT gefördert.

## 1.2 Die Machbarkeitsstudie

Die Gesellschaft für Tourismusentwicklung Vorpommern mbH wurde vom Allgemeinen Behindertenverband in Deutschland, Kreisverband Müritz e.V. nach einer öffentlichen Ausschreibung beauftragt, eine Machbarkeitsstudie zu dem Thema Barrierefreier Tourismus für alle in der Region Mecklenburgische Seenplatte – Müritz durchzuführen.

Die Studie wurde zwischen dem 21.03.2005 und dem 30.06.2005 durchgeführt. Eine enge Abstimmung mit den Auftraggebern sowie den Teilnehmern der regionalen Arbeitsgruppe fand an folgenden Terminen statt:

- 04.05.2005, Waren: Erste Zwischenpräsentation
- 01.06.2005, Waren: Zweite Zwischenpräsentation
- 28.06.2005, Waren: Arbeitstreffen, Vorabsprache Endpräsentation
- 30.06.2005, Waren: Endpräsentation
- 11.07.2005, Waren: Abstimmung weiteres Vorgehen mit dem Allgemeinen Behindertenverband in Deutschland, Kreisverband Müritz e.V. und dem Regionalen Behindertenverband Mecklenburger-Seenplatte e.V.

Des Weiteren werden die Ergebnisse der Machbarkeitsstudie für die breite Öffentlichkeit sowie für Investoren und Fördermittelgeber werbewirksam dargestellt.

### Flyer

Erstellung einer PDF Vorlage, die bei Bedarf als Anhang versendet bzw. ausgedruckt werden kann

Zielgruppe: Interessierte, Mitarbeiter von Verwaltung, Unternehmen, Vereinen etc.

Anliegen: Kurzinformation, Interesse wecken, Sensibilisieren für das Thema Tourismus für Alle, Vorstellung der Idee des Kompetenzzentrums

### Powerpoint Präsentation

Erstellung einer Powerpointpräsentation, die für Vorträge, Präsentationen als Ausdruck verwendet werden kann, Vortrag von 20 min (ca. 20 - 30 Folien)

Zielgruppe: Experten, Touristiker, Politikern, Fördermittelgeber (Region)

Anliegen: Information über Projektergebnisse, Überzeugen von Projektpartnern, Gewinnen von Fördermitteln, Darstellung als Best-Practise

### Internetseiten

Erstellung einer Internetpräsentation

Zielgruppe: Experten, interessierte Unternehmen, Regionen, Verbände (deutschlandweit)

Anliegen: Ausführliche Information über Projektergebnisse, Vernetzung mit anderen beispielhaften Projekten und Regionen

## 2 Marktanalyse

Folgende Unterlagen wurden im Rahmen der Machbarkeitsstudie analysiert und für die Abschätzung des Marktpotentials und des Reiseverhaltens zu Grunde gelegt:

- Statistisches Bundesamt (2004)
- Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern (2004)
- Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (2003): *Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle*
- ADAC (2003): *Barrierefreier Tourismus für alle*
- NatKo (2002): *Tourismus für Alle. Themenpaket zu barrierefreiem Tourismus*
- Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern (2004): *Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010*

### 2.1 Marktentwicklung

Die allgemeine touristische Marktentwicklung in Mecklenburg Vorpommern gestaltet sich problematisch. 2004 wurden rückläufige Übernachtungszahlen von 6,0 % (inkl. Camping) für das gesamte Bundesland registriert. Im Landkreis Müritz lag die Quote bei -4,7 % (inkl. Camping) im Vergleich zum Vorjahr. Für das aktuelle Jahr 2005 scheint sich dieser Trend fortzuführen: Von Januar bis April nahmen die Übernachtungen um 4,6 % bezogen auf das Bundesland ab – für die Müritz Region lag diese Zahl bei -4,9 %. (vgl. Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern 2004)

- ⇒ Die Zeit des quasi automatischen Wachstums ist vorbei.
- ⇒ Der Wettbewerb um die Touristen verstärkt sich.
- ⇒ Zielgruppenorientierung ist umso notwendiger im Destinationswettbewerb.

Die Zielgruppe für einen barrierefreien Tourismus besteht nicht ausschließlich aus Menschen, die eine körperliche oder geistige Behinderung haben. Barrierefreie



Angeboten werden ebenso von:

- Senioren
- Familien mit Kinderwagen
- Menschen mit vorübergehenden körperlichen Einschränkungen
- Menschen, die gesundheitliche Vorsorge treffen wahrgenommen.

Im Rahmen einer Marktrecherche über die Angebotspalette barrierefreier Angebote zeigt sich eine immer stärker werdende Präsenz von

Veranstaltern, einzelnen Leistungsanbietern, Reisemittlern und Regionalverbänden. Bekräftigt wird diese Präsenz in einer eigenen Präsentationsplattform auf der Internationalen Tourismusbörse 2005 in Berlin. Zwar fand das Forum „Reisen für alle“ in diesem Jahr das erste Mal statt, es war jedoch in einer wenig frequentierten Halle positioniert. Der Trend in der Produktentwicklung ist trotzdem deutlich:

- ⇒ Zielgebiete variieren von der Ostsee bis Sri Lanka
- ⇒ Angebote im barrierefreien Bereich: „**Von ... bis**“
  - **Von** individuell **bis** Gruppen - **Von** Tagesausflügen **bis** Mehrtagesfahrten
  - **Von** individuellem 24 Begleitservice mit 1:1 Betreuung **bis** Urlaub plus Pflege auf Pflegeversicherungsbasis
  - **Von** Ferienwohnung **bis** First Class Hotel –
  - **Von** individueller Anreise **bis** Pauschalarrangement
  - **Von** Entspannung **bis** sportlich aktiv – **Von** Kreuzfahrt **bis** Wellness

Es besteht die Notwendigkeit zur stärkeren Angebotsdifferenzierung:

- ⇒ Die Ansprüche der „Zielgruppe“ für den barrierefreien Tourismus sind stark differenziert und steigen.
- ⇒ Mit einem steigenden touristischen Angebot steigt der Konkurrenz- und Professionalisierungsdruck.
- ⇒ Die Leistungen der gesamten touristischen Dienstleistungskette rücken in den Fokus der Produktentwicklung.

## Regionalökonomische Effekte des barrierefreien Tourismus

---

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit im Jahr 2003 eine Studie durchführen lassen, die die ökonomischen Effekte des barrierefreien Tourismus aus volkswirtschaftlicher Sicht beschreiben.

Dem barrierefreien Tourismus wird eine große ökonomische Bedeutung beigemessen, da mobilitätseingeschränkte Menschen gerne innerhalb von Deutschland und der Nebensaison verreisen und bereit sind, höhere Ausgaben in Kauf zu nehmen als der durchschnittliche Urlauber. Ausgangsbasis für die Berechnungen ist das Reiseverhalten behinderter Reisender (siehe Kapitel 2.2)

- ⇒ Nettoumsatz Urlaubsreisen (Übernachtungstourismus): 1.570 Mill. EURO
- ⇒ Nettoumsatz Kurzurlaube (Übernachtungstourismus): 930 Mill. EURO
- ⇒ Ausgabenstruktur: Unterkunft (39 %), Gastronomie (24 %), Einkäufe (13 %), Freizeit (7 %), Lokaler Transport (3 %), sonstiges (14 %)
- ⇒ Wertschöpfungsquote für erste Umsatzstufe (= anteiliger Umsatz, der Einkommen im Tourismus zugute kommt): 42 % (entspricht ca. 1.050 Mill. EURO)
- ⇒ 1.450 Mill. EURO werden für Vorleistungen ausgegeben (= Waren, Dienstleistungen, Service für das touristische Angebot)

- ⇒ Wertschöpfungsquote für zweite Umsatzstufe: ca. 30 % (entspricht ca. 450 Mill. EURO)
- ⇒ ca. 65.000 Vollzeit Arbeitsplätze werden durch den barrierefreien Tourismus induziert
- ⇒ weitere Potentiale ergeben sich aus Tagestourismus, Kongresstourismus, Touristen, die bei Bekannten und Verwandten übernachten und Begleitpersonen

### Wichtige DIN-Normen

---

- ⇒ 12. März 2005 Mindeststandards für die Kategorisierung barrierefreier Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in Deutschland
- ⇒ DIN 18030, 2002-11: Ersatz für vorherige DIN-Normen, zweiter Norm-Entwurf soll 2005 erscheinen
- ⇒ DIN 18024-1, 1998-01: Planungsgrundlagen Strassen, Plätze, Wege, öffentliche Verkehrs- und Grünanlagen sowie Spielplätze
- ⇒ DIN 18024-2, 1996-11: Planungsgrundlagen öffentlich zugängliche Gebäude und Arbeitsstätten
- ⇒ DIN 18025-1, 1992-12: Planungsgrundlagen Wohnungen für Rollstuhlbenutzer
- ⇒ DIN 18025-2, 1992-12: Planungsgrundlagen barrierefreie Wohnungen

## 2.2 Nachfrageverhalten

### Soziodemographische und sozioökonomische Merkmale

---

Laut dem Statistischen Bundesamt sind 10,2 % der Gesamtbevölkerung in Deutschland amtlich anerkannte Behinderte – das entspricht einer absoluten Zahl von 8,4 Mill. Personen. Der Anteil der älteren Menschen unter den amtlich anerkannten Behinderten ist höher: 72 % sind über 55 Jahre alt. 56 % der mittleren Altersgruppe (zwischen 25 und 55 Jahren) leben in Ein- und Zwei-Personen-Haushalten. Entsprechend des hohen Anteils älterer Menschen wird der Lebensunterhalt überwiegend durch Renten und Pensionen abgedeckt: 65,5 % der amtlichen behinderten Menschen beziehen Einkommen aus Renten und Pensionen. Die Erwerbsquote von 67,8 % (2,1 Mill. Erwerbspersonen) liegt deutlich niedriger als bei Nichtbehinderten (88,9 %).

### Formen der Mobilitätseinschränkung

---

Laut dem Statistischem Bundesamt (2004) ergibt sich folgende Verteilung der Arten der Schwerbehinderung:

Behinderungsarten	Absolute Zahlen	
körperliche Behinderung	2 135 086	32,16%
Sprachbehinderung, Sprachstörung, Taubheit	271 900	4,10%
Blindheit, Sehbehinderung	344 367	5,19%
zerebrale Störung, geistige, seelische Behinderung	1 136 049	17,11%
chronische Erkrankungen	1 747 996	26,33%
sonstige	1 003 494	15,12%
<b>Gesamt</b>	<b>6 638 892</b>	

(Eigene Berechnung nach Statistisches Bundesamt 2004)

Die Eingliederung in die fünf oben genannten Gruppen erfolgte auf der Grundlage der Kategorisierungen der Nationalen Koordinierungsstelle Tourismus für Alle (NatKo) und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Aus diesen Kategorien lassen sich touristische Zielgruppen und deren Anforderungen ableiten.

Die größte Gruppe der Behinderungen stellen Menschen mit körperlichen Behinderungen dar (Rollstuhl, Verlust Gliedmaßen, Kleinwuchs etc.). Die Gruppe der chronisch Erkrankten umfasst Menschen mit Herz- und Kreislaufstörungen, rheumatische Erkrankungen, Multiple Sklerose, Diabetes, Allergien etc.

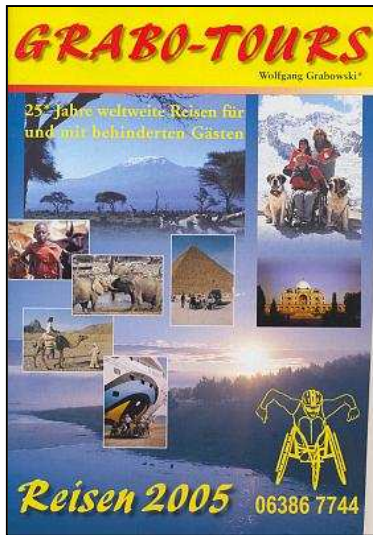
#### Reiseverhalten behinderter Menschen

Aussagen zum Reiseverhalten behinderter Menschen wurden den Daten der Reiseanalyse 2003 und der Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (2003) entnommen.

	Mobilitätseingeschränkte Menschen	Bevölkerungsdurchschnitt
Reisehäufigkeit	1,3	1,3
Reiseintensität	54,3% (Kurzreisen: 32,3%)	<b>75,3%</b> (Kurzreisen: 37,5%)
Reisedauer	13,9 Tage (Kurzreisen: 3,6 Tage)	13,5 Tage
Urlaubsziel Deutschland	<b>41,2%</b> (Bayern 26,1%, Schleswig-Holstein 15,9%, Baden-Württemberg 14,3%)	30,5%
Reisezeit	<b>Nebensaison</b> (Mai, September, Oktober), 88% nicht an Schulferien gebunden	Hauptsaison
Reiseausgaben/ Pax	945 €	818 €
Reiseverkehrsmittel:		
PKW	<b>44,1%</b>	50,8 %
Flugzeug	22,1 %	<b>31,5 %</b>
Reisebus	<b>17,9 %</b>	10,3 %
Bahn	<b>15,0 %</b>	5,8 %

(Eigene Darstellung in Anlehnung an Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, 2003, und ADAC, 2003)

Die **Reisehäufigkeit** und die **Reisedauer** von Menschen mit Behinderungen sind ähnlich dem Bundesdurchschnitt. Die **Reisemotive** unterscheiden sich grundsätzlich nicht. Behinderte Menschen wählen ihr Urlaubsziel: um zu entspannen, keinen Stress zu haben, etwas für die Gesundheit zu tun und um die Natur zu erleben. Bei Kurzreisen wird häufiger die Stadt als Reiseziel gewählt (59,7%). Im Vergleich dazu unternehmen 41,7% des Bevölkerungsdurchschnitts Städtereisen.



Bei der **Verkehrsmittelwahl** dominiert bei behinderten Reisenden ebenso wie beim Bevölkerungsdurchschnitt der PKW, gefolgt vom Reisebus und der Bahn. Vor Ort bewegen sich Behinderte mehrheitlich mit dem PKW fort. Mehr als zwei Drittel bewegen sich zu Fuß oder mit dem Rollstuhl, und 20,4% nutzen den ÖPNV.

Deutschland wird von 41,1% der behinderten Reisenden als **Reiseziel** gewählt, dabei überwiegend die südlichen Bundesländer. Der Anteil der behinderten Reisenden in MV ist unterdurchschnittlich.

Der Anteil der nicht Reisenden ist unter den Behinderten größer: Die **Reiseintensität** von Menschen mit Behinderungen liegt weit unter dem Bundesdurchschnitt – insbesondere bei Urlaubsreisen. Gleichzeitig gaben 37% der behinderten Reisenden an, schon einmal auf eine Reise verzichtet zu haben, da keine barrierefreien Produkte angeboten wurden. 48,1% der Behinderten würden öfters reisen, wenn es solche Angebote geben würde. 62,3% der Behinderten wären bereit, Mehrkosten für barrierefreie Angebote zu zahlen.

Behinderte Reisende bevorzugen die Nebensaison als **Reisezeit** (Mai, September, Oktober), während der Bundesdurchschnitt mehrheitlich im Juni, Juli und August verreist.



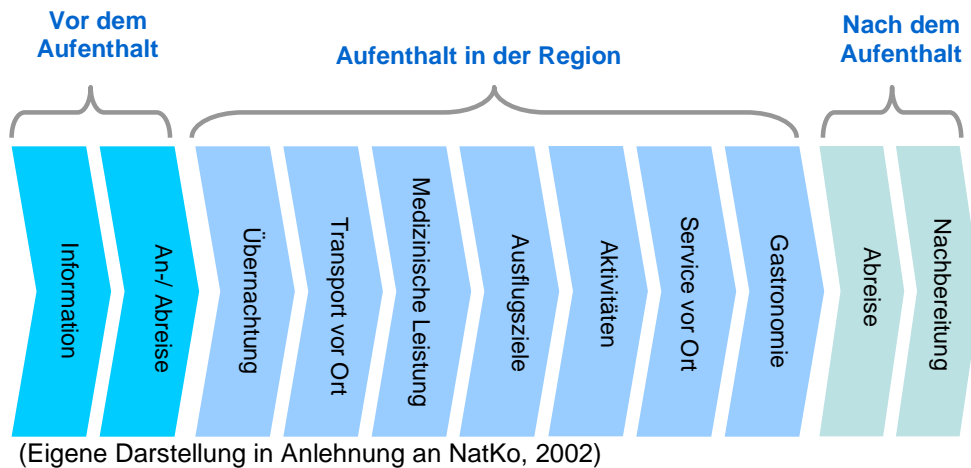
Die **Ausgaben** pro Person und Reise betragen bei behinderten Menschen 945 EURO – der bundesdeutsche Durchschnitt gibt 818 EURO pro Reise aus. Mögliche Gründe für höhere Ausgaben sind die überschaubare Angebotsbreite, wenig Sonder- und Last-Minute-Angebote und höhere Preise für die Leistungen und Angebote.

- ⇒ Behinderte reisen aufgrund fehlender Angebote anders (oder auch gar nicht).
- ⇒ Potenzial ist grundsätzlich vorhanden.

## 2.3 Angebotssituation

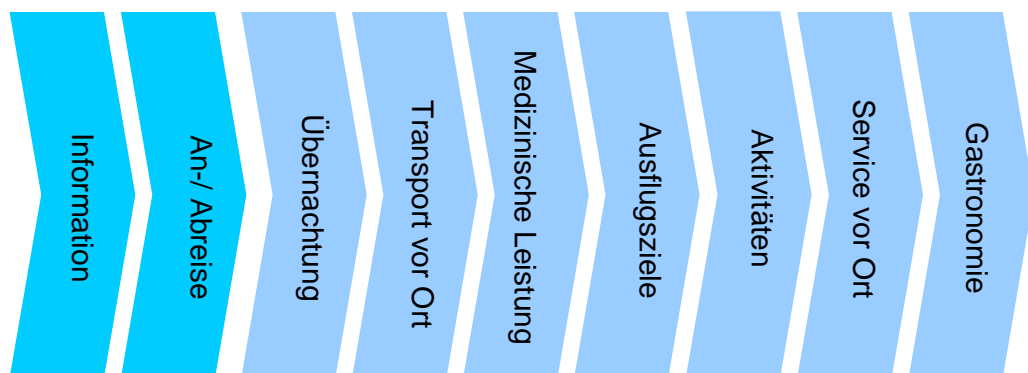
### 2.3.1 Die touristische Servicekette

Die Planung einer Urlaubsreise und somit das touristische Angebot in einer Urlaubsdestination besteht aus einem Bündel von Leistungen und Angeboten.



Die Elemente der Servicekette – ihre baulichen Voraussetzungen sowie die entgegengebrachten persönlichen Serviceleistungen durch die Mitarbeiter - haben einen unterschiedlichen Einfluss auf die Planung einer barrierefreien Urlaubsreise.

Auf der Angebotsseite sind die Bedeutung und die Anforderungen an die gesamte Servicekette zu beachten:



Bedeutung für die Reiseplanung	71%	74%	82%	76%	52%	71%	Kultur 62% Sport 19%	58%	51%
Beeinträchtigung vor Ort	40%	51%	47%	65%	35%	63%	Kultur 67% Sport 55%	42%	24%

(Eigene Darstellung in Anlehnung an NatKo, 2002, und Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, 2003)

- ⇒ Mit Abstand am wichtigsten ist die Unterkunft am Urlaubsort, jedoch ebenso große Bedeutung haben Fortbewegung am Ort, An- und Abreise, Ausflüge und die Organisation/Information.
- ⇒ Von Seiten der Behinderten werden die größten Barrieren beim Angebot bzw. bei der Zugänglichkeit kultureller Veranstaltungen, der Fortbewegung vor Ort und dem Angebot an Ausflügen gesehen.
- ⇒ Bei der Fortbewegung am Urlaubsort, bei Ausflügen, der An- und Abreise sowie den kulturellen Aktivitäten besteht die größte Diskrepanz zwischen Bedeutung für die Reiseplanung und Barrieren vor Ort.

### 2.3.2 Methodik der Angebotsanalyse in der Müritz-Region

Die Angebotsanalyse für die Müritz-Region wurde auf Grundlage folgender Methodik durchgeführt:

- Katalog-Recherche
- Internet-Recherche
- Abfrage von Informationen bei Tourist- und Stadtinformationen
- Telefonische Nachfrage.

Sog. Mystery-Checks wurden auf Grundlage der Datenbank vom Allgemeinen Behindertenverband in Deutschland/ Kreisverband Müritz e.V. durchgeführt.

Bei der Kategorisierung wurden zwei Ebenen berücksichtigt:

- ⇒ Die Einordnung des Angebotes in das entsprechende Element der Service-Kette
- ⇒ Die Zuordnung des Angebotes zur entsprechenden Zielgruppe/ Behindertenart:
  - **Rollstuhlgerechtigkeit** nach DIN 18024 / 25: Die Richtwerte der DIN-Normen werden eingehalten und das Gebäude ist Rollstuhlfahrern ohne Hilfe zugänglich.
  - **Rollstuhlfreundlichkeit** (nur z.T. nach DIN): Die Richtwerte der DIN-Normen werden nicht eingehalten, das Gebäude ist aber dennoch ohne fremde Hilfe befahrbar.
  - **Sehbehinderte**: Die Einrichtung ist dank einiger Hilfsmittel wie farblich kontrastierende Schilder und Tafeln, Kantenmarkierungen auf Treppengeländern, Handläufe, Sprachansagen in Aufzügen usw. für Sehbehinderte uneingeschränkt zugänglich.
  - **Hörbehinderte**: Die Einrichtung ist dank einiger Hilfsmittel wie optisch wahrnehmbare Informationen, Blinksignale an Telefonen und Weckern, das Vorhandensein eines Faxgerätes auf dem Zimmer usw. für Hörbehinderte uneingeschränkt zugänglich.
  - Behinderte mit **Lernschwierigkeiten** benötigen keine Veränderungen der räumlichen Umgebung. Wichtig ist ein ruhiger, zuvorkommender und verständnisvoller Umgang mit ihnen, Speisekarten und Informationsmaterialien sollten mit Bildmaterial versehen sein.

Ziel der Analyse:

- ⇒ Überblick über die Angebotspalette in der Müritz-Region (Landkreis Müritz, südlicher Teil des Landkreises Neustrelitz) für behinderte Reisende
- ⇒ Aufzeigen der Lücken in der Servicekette
- ⇒ Aufzeigen der Angebotspalette für die einzelnen Arten der Behinderung
- ⇒ Die Analyse beruht nicht auf Vollständigkeit. Die Angaben bezüglich der Rollstuhlgerechtigkeit und der Zuordnung zu den Behindertenarten beruhen auf Angaben in Printprodukten, im Internet bzw. auf mündliche Zusagen der Anbieter!

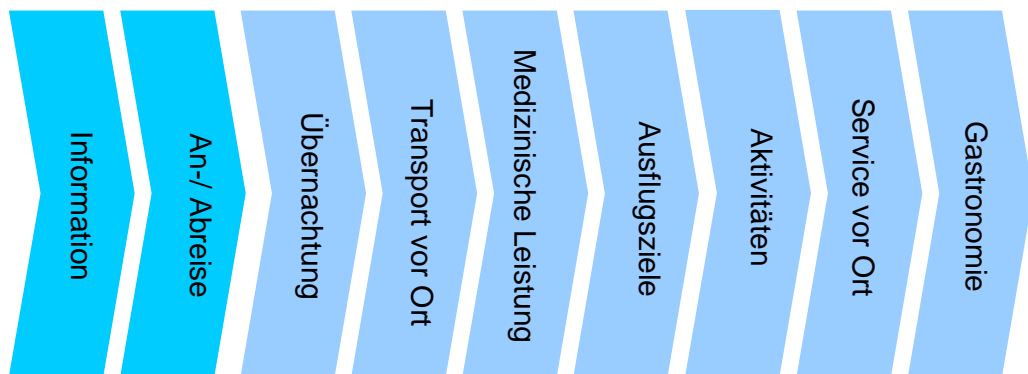
### 2.3.3 Ergebnisse der Angebotsanalyse in der Müritz-Region

Insgesamt wurden 155 Leistungsträger erfasst, die verschiedene Angebote im Bereich der Servicekette sowie für verschiedene Behindertenarten anbieten.

Auf den ersten Blick wird deutlich:

- ⇒ Touristische Produkte für körperbehinderte Menschen überwiegen.
- ⇒ Übernachtungsangebote, gastronomische Angebote und medizinische Leistungen dominieren die Leistungskette.
- ⇒ Transport vor Ort und insbesondere An- und Abreise sind in unzureichendem Umfang gewährleistet.

#### Touristische Angebote der Müritz-Region vs. Behindertenarten



Rollstuhl nach DIN	6	5	<b>18</b>	6	16	<b>6</b>	<b>16</b>	10	<b>17</b>	100
Rollstuhl frendl.	0	0	<b>17</b>	1	0	<b>17</b>	<b>10</b>	9	<b>15</b>	69
Sehbehindert	5	1	0	3	4	0	1	0	0	14
Hörbehindert	5	1	0	3	5	0	0	0	0	14
Lernschwierigkeiten	5	1	3	3	6	0	3	0	2	22
Summen	21	8	38	16	31	23	27	19	34	

Information

Der Aspekt Information umfasst die Organisation (informieren, vorbereiten, buchen) vor Reiseantritt.

**Bedeutung**

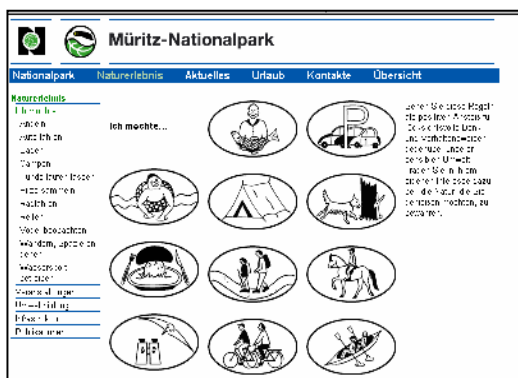
Die Organisation einer Reise ohne Barrieren bedarf intensiver Vorbereitung und verlässlicher Informationen. Der direkte Kontakt mit Leistungsanbietern ist für mobilitätseingeschränkte Personen zumeist unerlässlich – nur so können sie einen entsprechenden Service absichern.

Wichtige Informationsquellen während der Reisevorbereitung sind: Empfehlungen von Bekannten, Reisekataloge, Reisebüros sowie Interessensverbände für Behinderte. Das Internet als Informations- und Buchungsmedium spielt eine verhältnismäßig geringe Rolle.

**Müritz-Region**

⇒ Insgesamt wurden 7 Auskunfts- und Informationsstellen recherchiert

Rollstuhlge- recht (DIN)	Rollstuhlfreund- lich	Sehbehinderte	Hörbehinderte	Lernschwier- igkeiten
6	0	5	5	5



⇒ 5 Internetportale, die barrierefreie Angebote darstellen:  
 Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. ([www.mecklenburgische-seenplatte.de](http://www.mecklenburgische-seenplatte.de), [www.muertitz.de](http://www.muertitz.de)),  
 Regionaler Fremdenverkehrsverband

Vorpommern e.V., „Ohne Barrieren“ e.V.

⇒ touristische Organisationen: Eine Stadtinformation konnte Auskunft über barrierefreie Angebote geben (Stadtinformation Neustrelitz)

⇒ Broschüren über Reiseinformationen per Flug, Bahn und Auto:

- Arbeitsgemeinschaft Deutscher Flughäfen (ADV): Informationen für behinderte Fluggäste Broschüre über den Service innerdeutscher Verkehrsflughäfen für Behinderte
- Deutsche Bahn AG: Broschüren *Informationen für behinderte Reisende, Mobil trotz Handicap*
- Autobahn Tank & Rast AG: Autobahnservice für Behinderte Infos über rollstuhlgerechte Autobahnraststätten bzw. -tankstellen

- ⇒ Broschüre für behinderte Reisende in der Region:
  - Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland, Kreisverband Müritz e.V. *Ratgeber für Behinderte* (veraltet)
- ⇒ bundesweite Magazine mit Reisetipps:
  - Verlag FMG GmbH: Broschüre *Handicapped-Reisen; Urlaub in Deutschland, Handicapped-Reisen Ausland: Hotels und Unterkünfte für Rollstuhlfahrer und Behinderte*, Ratgeber *Reisen für Behinderte*, Zeitung *Handicapped-Kurier*
  - Gunther Belitz und Volker Neumann GbR: *HANDICAP - Das Magazin für Lebensfreude* enthält u.a. Reisetipps
- ⇒ Adressliste siehe Anhang I

## An- und Abreise

---

### Bedeutung

Die barrierefreie An- und Abreise hat einen hohen Stellenwert. Barrieren erleben Reisende in der Bahn (69,9%), im Taxi (71,5%) bei öffentlichen Verkehrsmitteln (52%) und im Flugzeug (61,5%) (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, 2003). Überwiegend erfolgt die Anreise im eigenen PKW, im Reisebus oder mit der Bahn.

### Müritzregion

- ⇒ Fünf Anbieter organisieren eine mehr oder weniger barrierefreie Anfahrt:
  - Deutsche Bahn (Anfahrt, Bahnhöfe Waren und Neustrelitz mit Hilfspersonal)
  - Wohnmobil- und Autovermietung (Neuburg/Kammeln, Oberhausen, Neckartenzlingen)
  - Organisierte Tagestouren in die Region: Busunternehmen Werner Ziegelmeier GmbH, Berlin
- ⇒ Adressliste siehe Anhang II

## Aufenthalt/ Übernachtung

---

### Bedeutung

Die Unterkunft ist, unabhängig von der Behinderung, das wichtigste Entscheidungskriterium für Wahl des Reiseziels. Die Nachfrage nach Hotels (46,6%), gefolgt von Ferienwohnungen (42,9%) und Pensionen/Gasthöfen (22,3%) ist bei behinderten Reisenden besonders stark (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, 2003). Auf der anderen Seite sind Campingplätze und Jugendherbergen kaum von Bedeutung.

## Müritz-Region

- ⇒ Übernachtungen und Anzahl der Beherbergungsstätten in der Müritz-Region<sup>2</sup> :
- 2004 wurden in dem Untersuchungsgebiet 2.051.213 Übernachtungen erfasst. Das entspricht einem Anteil von 9,6% in Mecklenburg-Vorpommern
  - Übersicht der Beherbergungsstätten und Gästebetten sowie der Anteil der barrierefreien Angebote in der Müritz-Region:

	<b>Beherbergungs- stätten (ab 9 Betten)</b>	<b>Gästebetten</b>	<b>Reha- Kliniken</b>	<b>Reha- Klinikbetten</b>
Anzahl gesamt	255	1636	4	848
Anzahl barrierefreie Angebote	37	287	3	748
Anteil barrierefreier Angebote	14,5%	17,5%	75%	88,2%

- 2 Jugendherbergen: Plau am See und Mirow
  - Barrierefreier Tourismus spielt eine größere Rolle in der Vermarktung der Jugendherbergen
  - verstärkte Nachfrage durch soziale integrative Verbände
  - Nur wenige Häuser sind auf Gruppen mit Behinderten eingerichtet, meist nur einige Zimmer rollstuhlgerecht
  - verstärkte Nachfrage von Familien mit behinderten Kindern
  - Übernachtungen in Jugendherbergen in Mecklenburg-Vorpommern und in Mirow (2004):

	<b>Mirow</b>	<b>Landesweit</b>
<b>Gesamt Übernachtungen</b>	17.253	378.784
<b>Übernachtungen Behinderte</b>	43	11.156
<b>Übernachtungen Rollstuhlfahrer</b>	10	197

- Anzahl der behindertengerechten Angebote der einzelnen Leistungsträger nach Art der Behinderung:

	<b>Rollstuhlgerecht (DIN)</b>	<b>Rollstuhl- freundlich</b>	<b>Seh- behindert</b>	<b>Hör- behindert</b>	<b>Lernschwierig- keiten</b>
<b>Ferienunter- künfte</b>	<b>18</b>	<b>17</b>			<b>3</b>
<b>Kliniken</b>	<b>3</b>				
<b>Campingplätze</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			

<sup>2</sup> Dem Untersuchungsgebiet Müritz-Region wurden folgende Landkreise bzw. Ämter zugeordnet: Landkreis Müritz, Amt Stargarder Land Stadt Neustrelitz, Amt Neustrelitzer Land, Amt Feldberger Seenlandschaft, Amt Woldegk, Amt Mecklenburgische Kleinseenplatte.

- Weniger als die Hälfte der Ferienunterkünfte sind rollstuhlgerecht nach DIN ausgestattet
  - Keine speziellen Übernachtungsangebote für Hör- und Sehbehinderte
  - Insbesondere für individuell Reisende Informationsdefizit über Angebote sowie Barrieren bei der Zugänglichkeit der Einrichtungen
  - Kaum Kapazitäten für Gruppen!
  - Folgende Hotels und Ferienwohnungen bieten teils behindertengerechte bzw. behindertengeeignete Zimmer für insgesamt 20 bis 25 Personen an:
    - Schloss Bredenfelde (2 Zimmer behindertengerecht; 8 geeignet)
    - Feriendorf Bolter Kanal (6 Ferienwohnungen)
    - Müritzparadies (6 Ferienhäuser)
    - Nationalparkhotel Kranichrast (11 Zimmer behinderten geeignet)
- ⇒ Adressliste siehe Anhang III

### Aufenthalt/Transport vor Ort

---

#### Bedeutung

Die Fortbewegungsmöglichkeiten am Ort sind wichtig für Wahl des Reisezieles - insbesondere für Individualreisende. Hauptsächlich werden Einschränkungen im öffentlichen Nahverkehr und im öffentlichen Raum (z.B. Fußwege) sowie in der Information vor Ort über barrierefreie Fortbewegungsmöglichkeiten gesehen.

#### Müritz-Region

- ⇒ Fahrdienste: DRK Neustrelitz, Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland/ Kreisverband Müritz e.V.
- ⇒ ÖPNV: Stadtverkehr Waren und Neustrelitz alle Busse mit einem Platz für Rollstuhlfahrer, Überlandverkehr: 15 Busse mit Platz für einen Rollstuhlfahrer
- ⇒ Taxi Moritz in Mirow (2 Fahrzeuge mit Platz für einen Rollstuhl), Taxi Puskeiler in Waren
- ⇒ Adressliste siehe Anhang IV

### Aufenthalt/Ausflugsziele, Aktivitäten, Gastronomie

---

#### Bedeutung

Attraktive Ausflugsziele und kulturelle Angebote spielen bei allen Reisearten eine wichtige Rolle - auch mobilitätseingeschränkte Menschen wollen die Urlaubsregion aktiv kennen lernen. Barrieren werden dabei häufig in der Zugänglichkeit von Ausflugszielen und Veranstaltungen gesehen. Sportliche Aktivitäten spielen bei der Reisevorbereitung eine geringere Rolle, bieten jedoch eine zusätzliche Aktivität im Urlaub. Bauliche Hindernisse für behinderte Touristen ergeben sich oftmals im Rad- und Wanderwegesystem.

Eine relativ geringe Bedeutung bei der Wahl des Reisezieles hat das gastronomische Angebot der Region. Die Hälfte der behinderten Reisenden nimmt Halbpension in Anspruch, und 35,6% verpflegen sich selbst (Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, 2003).

## Müritz-Region

⇒ Barrierefreie Angebote in der Übersicht:

	Rollstuhlgerecht nach DIN	Rollstuhl-freundlich	Seh-behindert	Hör-behindert	Lernschwierigkeiten
<b>Ausflüge</b>	6	17			
<b>Aktivitäten</b>	16	10	1		3
<b>Gastronomie</b>	17	15			2
<b>Gesamt</b>	<b>39</b>	<b>42</b>	<b>1</b>		<b>5</b>

⇒ Barrierefreie Ausflugsziele entsprechen nicht den Anforderungen!

⇒ Keine Angebote für Seh-, Hör- und Lernbehinderte

⇒ Sechs Ausflugsziele bieten rollstuhlgerechte Angebote:

- Kirche St. Georgen in Waren
- Scheune Bollewick
- Slawendorf Zierker See
- DDR Museum in Malchow
- Aussichtsplattform Zotzensee im Müritznationalpark
- Müritz-Museum in Waren



⇒ Kulturelle Aktivitäten kaum angeboten (vier Kinos bieten Möglichkeiten für Rollstuhlfahrer)

⇒ Angebot sportlicher Aktivitäten ist umfassender:

- Vier Ferienunterkünfte bieten einen Wellness-Bereich
- Behindertengolf in der Golfanlage Fleesensee
- Fahrradverleih und Handbikerennen in Waren, Müritzsportclub Waren e.V.
- Großes Angebot an Fahrgastschiffahrt: 6 Unternehmen (wobei nur ein Schiff behindertengerecht ist – MS Diana, Müritz-Tours Reederei)
- Blindenkegeln (Verband für Behinderten- und Rehabilitationssport Mecklenburg-Vorpommern e.V.)
- Angebote für Menschen mit Lernschwierigkeiten: Jugendherberge Mirow, Kremserfahrten in Boek, therapeutisches Reiten in Seewalde, Verein Mecklenburg-Vorpommern in Waren

⇒ Gastronomischen Einrichtungen überwiegend mit einem Hotel/Pension verbunden (10 Hotel unabhängige Restaurants von 34 erfassten Gastronomiebetrieben)

- ⇒ Wenig komplett barrierefreie Restaurants: nur 17 nach DIN eingerichtet, keine Angebote für Seh- und Hörbehinderte
- ⇒ Zwei Restaurants, die sich auf Menschen mit Lernschwierigkeiten eingestellt haben: Jugendherberge Mirow und Ferienanlage Boek
- ⇒ Adressliste siehe Anhang VI

## Aufenthalt/ Service vor Ort, medizinische Versorgung

---

### Bedeutung

Der Service vor Ort wird insbesondere von Menschen mit Sprachstörungen und gehörlosen/schwerhörigen Menschen bemängelt. Die Bedeutung der medizinischen Versorgung spielt eine große Rolle für Gesundheitsurlauber, aber auch für gehörlose Menschen und Menschen mit chronischen Erkrankungen.

### Müritz-Region

- ⇒ Serviceangebote und Medizinische Versorgung vor Ort:

	Rollstuhlge- recht nach DIN	Rollstuhl- freundlich	Seh- behindert	Hör- behindert	Lernschwierig- keiten
<b>Service vor Ort</b>	10	9			
<b>Medizinische Versorgung</b>	16		4	5	6
<b>Gesamt</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

- ⇒ Sechs Touristinformationen und neun behindertengerechte öffentliche Toiletten:
  - Toiletten sind teilweise rollstuhlgerecht bzw. rollstuhlfreundlich
  - Fünf Touristinformationen rollstuhlgerecht (in Plau am See, Wesenberg, Penzlin, Röbel, Waren)
  - Fehlen von Auskünften und Informationsangebote für behinderte Reisende vor Ort
- ⇒ Zwei Servicepunkte für Reparatur von Rollstühlen: Orthopädietechnik Müller in Teterow und Waren
- ⇒ Nicht bzw. nur punktuell erfasst werden konnten:
  - Informations- und Leitsysteme für Belange der Rollstuhlfahrer, sehbehinderten und hörbehinderten Reisenden
  - Dienstleistungsqualität, Sensibilität der Mitarbeit und Serviceanbieter
- ⇒ Neun Kliniken in behindertengerechter Ausstattung nach DIN
- ⇒ Acht Anbieter von Pflegedienstleistungen für mobilitätseingeschränkte Touristen
  - Häuslicher Pflegedienst Burg Stargard (Gehbehinderte, Menschen mit Lernschwierigkeiten)
  - Avicena Pflegedienst (Geh-, Seh- und Hörbehinderte, Menschen mit Lernschwierigkeiten)
  - Johanniter-Unfall-Hilfe Sozialstation Mirow (Gehbehinderte)

- Lebenshilfe für Behinderte (Geh- und Hörbehinderte, Menschen mit Lernschwierigkeiten)
  - Pflegedienst Zühlsdorff & Kreienbink GbR Feldberg (Gehbehinderte)
  - Deutsches Rotes Kreuz Waren (alle Behinderungsarten)
  - Behindertenverband Waren e.V. (alle Behinderungsarten)
  - MediCare Wesenberg (alle Behinderungsarten)
- ⇒ Adressliste siehe Anhang VI

## 2.4 Fazit

### Fazit zur Nachfrageanalyse

---

- ⇒ Reiseverhalten
  - Mobilitätseingeschränkte Personen reisen genauso häufig und genau so lang wie der bundesdeutsche Durchschnitt
  - Haupturlaubsmotive sind Erholung, Gesundheit und Natur
  - Neben dem PKW sind Reisebus und Bahn bevorzugte Reisemittel
  - Mobilitätseingeschränkte Personen verreisen öfter nach Deutschland, insbesondere in südliche Bundesländer
  - Der Anteil der nicht Reisenden ist unter den Mobilitätseingeschränkte Personen größer
  - Reisezeiten liegen vorwiegend in der Vor- und Nachsaison
- ⇒ Information
  - Menschen mit Behinderungen benötigen transparente und zuverlässige Informationen für ihre Reiseentscheidung
- ⇒ Marketing
  - Die emotionale Ansprache ist – wie für alle Urlauber – wichtig
  - Mobilitätseingeschränkte Gäste wollen nicht in erster Linie als solche angesprochen werden
  - Mobilitätseingeschränkte Touristen benötigen vermehrt Pauschalarrangements
  - Sie sind nicht eine homogene Zielgruppe, sondern Teile vieler Zielgruppen
- ⇒ Infrastruktur und Service
  - Mobilitätseingeschränkte Gäste wollen Angebote wie jeder andere auch, sind jedoch auf zusätzliche Infrastruktur sowie zusätzliche Serviceleistungen angewiesen
  - Körperbehinderungen und hier besonders Gehbehinderungen stellen die überwiegende Mehrzahl der Behinderungen dar und haben gleichzeitig höhere Anforderungen an bauliche Gegebenheiten

- Gäste mit anderen Behinderungen sind eher auf einen begleitenden Betreuer und besondere Serviceleistungen angewiesen

### Fazit zur Angebotsanalyse

---

- ⇒ Dienstleistungen und Angebote werden in allen Bereichen der touristische Servicekette für Gehbehinderte/ Rollstuhlfahrer angeboten, aber:
  - Qualität und Quantität entspricht nicht der Nachfrage
  - unzureichende Informationen über die Angebote in der Region (Touristinformationen, Print, Internet)
  - Fehlen kompetenter und informierter Ansprechpartner an den Auskunftsstellen
  - Information und Kommunikation nicht transparent und zuverlässig
  - Individuelle Fortbewegung nur eingeschränkt möglich
  - Segment Gruppenreisende kann nur unzureichend abgedeckt werden
  - Insgesamt geringes, einseitiges Angebot an Ausflugszielen
- ⇒ Die Servicekette für Menschen mit **Seh-, Hör- und Lernbehinderung** ist so gut wie nicht erschlossen
- ⇒ Keine Angebote aus einer Hand: weder für individuell Reisende noch für Gruppenreisende
- ⇒ Insgesamt geringes, einseitiges Angebot an Ausflugszielen (Kirchen, Museen, Ausflugsschiffahrt)
- ⇒ Fehlen von Angeboten aktiver Ausflugsmöglichkeiten in die Natur insbesondere im Highlight Nationalpark
- ⇒ Einige Anbieter haben Fördergelder für spezielle Infrastruktur erhalten, bewerben die Zielgruppe jedoch nicht aktiv
- ⇒ Einige Anbieter befürchten Zielgruppenkonflikte und Imageprobleme
- ⇒ Vermarktung erfolgt unter dem Etikett „behindertengerecht“ – ohne allerdings die komplexen Bedürfnisse von Behinderten wirklich zu bedienen

**Der barrierefreie Tourismus ist ein wachsender, zukunftssträchtiger Markt mit einem differenzierten Zielgruppenspektrum, auf den die Müritz Region bislang nur unzureichend eingestellt ist.**

**Dies gilt sowohl für die Infrastruktur- und Serviceangebote als auch für die Einsicht vieler Akteure in die Marktchancen in diesem Markt.**

**Es besteht dringender Bedarf, die bestehenden Defizite zum Wohle der regionalen, touristischen Entwicklung zu beheben. Ein Kompetenzzentrum „Barrierefreier Tourismus“ soll und kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten**

## 3 Aufgaben des Kompetenzzentrums

### 3.1 Öffentliche Aufgaben

#### Ziel

Das Kompetenzzentrum soll für die Notwendigkeit und die Unterstützung des barrierefreien Tourismus in der Müritzregion Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Es sollen Partner gewonnen werden, die auf politischer und verwaltungstechnischer Ebene die Arbeit des Zentrums unterstützen. Andererseits ist es notwendig, Einzelaktivitäten durch gezielte Sponsorenwerbung zu finanzieren.

**Die Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Kompetenzzentrums zielt auf Unternehmern, Touristiker und Politiker der Müritz-Region und darüber hinaus. Eine Deckung der Kosten durch Beratung und Lobbyarbeit ist nicht zu erwarten.**

#### Aufgaben

- ⇒ Koordinierungs- und Lobbyarbeit in und bei
  - Verbänden und Interessensgruppen
  - Politik und Verwaltung
  - Schulen
- ⇒ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf der regionalen und überregionalen Ebene
- ⇒ Aufbau eines Netzwerkes mit Regionen deutschlandweit, die bereits erfolgreich das Konzept eines barrierefreien Tourismus umsetzen

### 3.2 Privatwirtschaftliche Aufgaben

#### Ziel

Das Kompetenzzentrum soll die touristischen Unternehmen in der Müritz-Region für das Thema barrierefreier Tourismus sensibilisieren und sie bei der Umsetzung beraten. Mit der Vermittlung von barrierefreien Angeboten und der Durchführung von eigenen Touren soll Nachfragedruck bei den Leistungsanbietern erzeugt werden.

Das Kompetenzzentrum soll Erlöse erwirtschaften, um sich zu einem möglichst großen Teil selbst zu finanzieren.

#### Aufgaben

- ⇒ Leistungsträger bei der Ausstattung, Entwicklung von Serviceangeboten und Errichtung von Infrastruktur beraten
- ⇒ Koordination der Anbieter und Angebote zur Schließung von Lücken in der Leistungskette
- ⇒ Sicherung und Kontrolle der Qualität der Angebote

- ⇒ Anbieter bei Zielgruppensegmentierung, Produktentwicklung und Marketing beraten und unterstützen
- ⇒ Werbe- und Vertriebsleistungen anbieten
- ⇒ Statistiken zusammenstellen und Marktforschung betreiben bezüglich Nachfrage und einzelner Zielgruppen sowie der Angebots - und Zielgebiete

### 3.3 Gästebezogene Aufgaben

#### Ziel

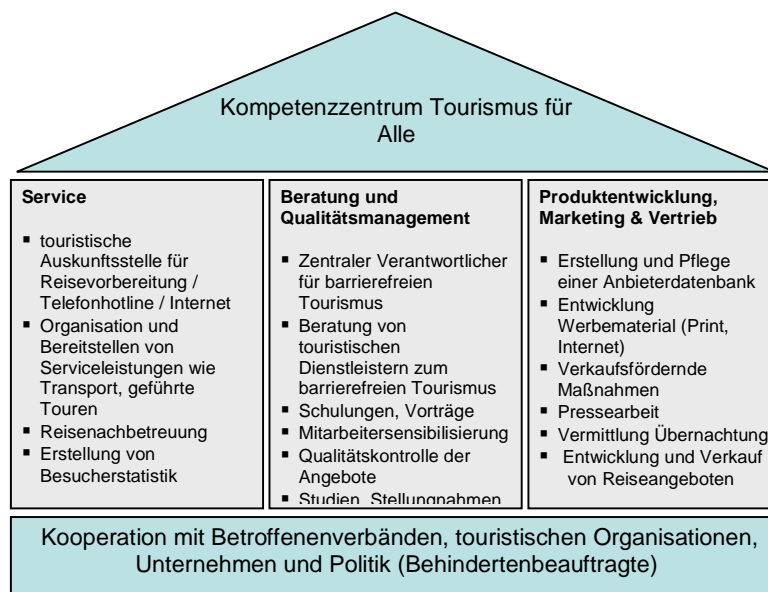
Das Kompetenzzentrum soll Gästen der Region transparente und zuverlässige Informationen zur Verfügung stellen und, sofern nötig, selbst Serviceleistungen anbieten. Gäste mit Behinderungen in der Müritz-Region sollen diese weitestgehend ohne Barrieren erleben.

#### Aufgaben

- ⇒ Zusammenstellung, Aufbereitung und Weitergabe von transparenten und zuverlässigen Reise-Informationen organisieren per
  - Internet
  - Telefon
  - Druckerzeugnissen
- ⇒ Vermittlung von Angebote und Dienstleistungen
- ⇒ eigene Leistungen anbieten, die Lücken in der Servicekette schließen, z.B.
  - Individueller Begleitservice
  - Tagesführungen für Kleingruppen
- ⇒ Zusammenstellung und Verkauf von Pauschalarrangements

### 3.4 Fazit

Das Zentrum verknüpft Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und touristisches Marketing unter einem Dach. Die enge Zusammenarbeit mit den Gästen und den Leistungsträgern und damit die genaue Kenntnisse der Zielgruppen ermöglichen den Mitarbeitern eine gezielte und professionelle Beratung von Institutionen und Unternehmern.



## 4 Das Konzept – Kompetenzzentrum für barrierefreieren Tourismus

### 4.1 Grundvoraussetzungen

Das Kompetenzzentrum braucht **Kompetenz** aus dem

- ⇒ **Tourismusbereich:** Marketing, Vertrieb, Branchen- und kaufmännisches Wissen
- ⇒ **Behindertenbereich:** Insiderwissen, Motivation, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit

Um beide Kompetenzbereiche auch personell wieder zu finden, liegt eine **Kooperation** zwischen dem **Allgemeinen Behindertenverband in Deutschland/ Kreisverband Müritz e.V.** und dem **Regionalen Tourismusverband Mecklenburger Seenplatte e.V.** bzw. einem touristischen Unternehmen (Veranstalter, Hotellier etc.) nahe.

Die derzeitige Dichte und Breite des touristischen Angebots in der Müritz-Region für behinderte Menschen und Senioren reicht noch nicht aus, um die existierende Nachfrage zu bedienen. Die Etablierung einer wirtschaftsfähigen Incoming-Agentur<sup>3</sup> für barrierefreies Reisen ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht möglich! Ebenso ist es zum momentanen Zeitpunkt noch nicht möglich, durch Beratungsleistungen Umsätze zu generieren.

Konsequenterweise wird empfohlen, das Kompetenzzentrum und die Tätigkeitsbereiche schrittweise auszubauen:

- ⇒ Anlaufphase
- ⇒ Aufbauphase
- ⇒ Konsolidierungsphase

Die Beschränkung der Vermittlungs- und Beratungstätigkeit auf die Müritz-Region würde eine solide wirtschaftliche Basis verhindern. Ebenso ist es notwendig, die Region in die überregionale Tourismuskonzeption einzubinden und touristische Leistungen über die Grenzen des Landkreises hinaus anzubieten. Für das Angebot von attraktiven Tagestouren ist die Verknüpfung zwischen den Mecklenburger Seen und der Ostseeküste empfehlenswert:

- ⇒ Tagestouren von der Müritz an die Ostsee
- ⇒ Stadtführungen in Rostock, Stralsund, Greifswald
- ⇒ Vermittlung von barrierefreien Unterkünften von Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg

---

<sup>3</sup> Ziel einer Incomingagentur ist die reibungslose Durchführung touristischer Programme im Zielgebiet nach den Wünschen des touristischen Anbieters im Quellmarkt (i.d.R. Reiseveranstalter). Aufgaben: Betreuung der Gäste vor Ort, Ein- und Verkauf touristischer Leistungen, Koordination und Durchführung aller Aktivitäten vor Ort



## 4.2 Bereiche

Das Kompetenzzentrum sollte zwei Arbeitsbereiche umfassen – den Beratungsbereich und den Tourismusbereich.

	<b>Beratung</b>	<b>Touristikagentur</b>
<b>Ziel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vermittlung von Basis-Wissen über barrierefreies Reisen</li> <li>▪ Ausweitung und Spezifizierung des touristischen Angebotes für barrierefreies Reisen</li> <li>▪ Lobbyarbeit und Einwerben von Sponsorengeldern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufbau einer Incoming-Agentur</li> <li>▪ Erzeugung von Nachfragedruck bei den regionalen Leistungsanbietern</li> <li>▪ Angebot eigener Serviceleistungen</li> <li>▪ Erzielen von Erlösen zur Kostendeckung</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zentraler Verantwortlicher für barrierefreien Tourismus</li> <li>▪ Beratung von touristischen Dienstleistern zum barrierefreien Tourismus</li> <li>▪ Schulungen, Vorträge</li> <li>▪ Mitarbeitersensibilisierung</li> <li>▪ Qualitätskontrolle der Angebote</li> <li>▪ Studien, Stellungnahmen</li> <li>▪ Pressearbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ touristische Auskunftsstelle für Reisevorbereitung / Telefonhotline / Internet</li> <li>▪ Organisation und Bereitstellen von Serviceleistungen wie Transport, geführte Touren</li> <li>▪ Reisenachbetreuung</li> <li>▪ Erstellung von Besucherstatistik</li> <li>▪ Erstellung und Pflege einer Anbieterdatenbank</li> <li>▪ Entwicklung Werbematerial (Print, Internet), Verkaufsfördernde Maßnahmen</li> <li>▪ Vermittlung Übernachtung</li> <li>▪ Entwicklung und Verkauf von Reiseangeboten</li> </ul>
<b>Business-Units - „bringen Geld“</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studien, Stellungnahmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Träger touristischer Leistungen (Führungen, Reiseleitung, organisierte Tagestouren)</li> <li>▪ Vermittlung touristischer Leistungen (Unterkünfte, Pauschalen, Ausflüge etc.)</li> <li>▪ Betrieb relevanter Internetseiten (Google Adsense, Anzeigenverkauf)</li> </ul>
<b>Service-Units – „kosten Geld“</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beratung</li> <li>▪ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>▪ Qualitätsmanagement, Mystery-Checks</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Touristische Information (Reisevorbereitung, Telefonhotline, Internet)</li> <li>▪ Reisenachbetreuung</li> <li>▪ Marktforschung, Besucherstatistik</li> <li>▪ Marketing (Anbieterdatenbank, Erstellen von Werbemitteln, Prospektabgabe, Gastgeberverzeichnis, Innen- und Außenmarketing, Messen)</li> </ul>

### 4.3 Entwicklungsphasen

Die Entwicklungsphasen des Kompetenzzentrums im Überblick:

	1. Jahr Anlaufphase	2. Jahr Aufbauphase	3. Jahr Konsolidierungsphase
<b>Beratungsbereich: Basis Know How</b> 	Grundlagen schaffen	Beratung ausbauen	Betrieb (keine Chancen auf volle Kostendeckung)
<b>Tourismusbereich: Incoming - Agentur</b> 		Vorbereitung der Angebote	Betrieb (mit Chancen auf Kostendeckung)

#### 4.2.1 Anlaufphase (1. Jahr)

##### Ziel

Während der Anlaufphase ist es notwendig, die Grundlagen für den Aufbau eines Kompetenzzentrums für die Müritz-Region zu schaffen. Es sollte eine breite Öffentlichkeitsarbeit bei Politikern, Verwaltungen und insbesondere bei den touristischen Leistungsträgern betrieben werden. Mittels intensiver Beratung von Leistungsträgern ist es möglich, das barrierefreie Angebot qualitativ und quantitativ zu verbessern. Am Ende der Anlaufphase sollten die Grundlagen für die Marketing und Vertriebsaktivitäten geschaffen sein.

##### Maßnahmen

- ⇒ Aufbau eines Netzwerkes bestehend aus Interessensverbänden in Mecklenburg-Vorpommern und deutschlandweit, touristischen Unternehmen und Organisationen sowie anderen „barrierefreien“ Regionen
- ⇒ Weitergehende Angebots- und Nachfragerecherche über die Region hinaus
- ⇒ Schaffung der Grundlagen für eine attraktive Produktentwicklung (Dichte und Qualität der touristischen Servicekette ): Anbieterdatenbank
- ⇒ Schaffung der Grundlagen für zielgruppenspezifisches Marketing (Internet und Print)
- ⇒ Bereitstellen transparenter und zuverlässiger Informationen und Buchungen durch regelmäßiger Qualitätskontrollen (in enger Zusammenarbeit mit dem Verein „ohne Barrieren“ e.V.)
- ⇒ Aufbau einer Kontaktdatenbank und Presseverteilers
- ⇒ Aufbau eines Pools ehrenamtlicher Mitarbeiter (Qualitätskontrollen)
- ⇒ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- ⇒ Beratung von touristischen Leistungsträgern sowie Erstellung von Gutachten
- ⇒ Durchführen von Studienfahrten und Workshops zum Thema „barrierefreies Reisen“

#### 4.2.2 Aufbauphase (2. Jahr)

##### Ziel

In der Aufbauphase sollte die Beratung fortgeführt werden. Es sollten enge Kontakte mit anderen Regionen geknüpft und ein Netzwerk innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns sowie mit anderen Bundesländern aufgebaut werden.

Der Bereich der Touristik-Agentur muss im zweiten Jahr mit der Produktentwicklung und der Vermarktung beginnen. Wichtig ist der Aufbau eines zielgruppenspezifischen Vertriebssystems. Im zweiten Jahr sollten bereits erste Erlöse generiert werden (aus Vermittlungen und Tagestouren), die zur Finanzierung des Zentrums genutzt werden.

##### Maßnahmen

- ⇒ Weiterführung und Ausbau der grundlegenden Beratungsarbeit, Gutachtertätigkeit, Öffentlichkeitsarbeit und Qualitätskontrollen in der Müritz-Region
- ⇒ Aufbau bzw. Pflege des Informations- und Buchungssystems über barrierefreie Angebote im Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg
- ⇒ Recherche der Leistungsanbieter und Entwicklung von Tagestouren sowie kontinuierliche Weiterentwicklung der Produktpalette
- ⇒ Verhandlung mit touristischen Leistungsträgern (Transport, Gastronomie sowie anderen Leistungsträgern) und Entwicklung von Tagestouren und Produktbausteinen
- ⇒ Entwicklung von Printprodukten
- ⇒ Marketing- und Vertriebsplan
- ⇒ Vorbereitung der Ausgründung eines eigenen Unternehmens (wirtschaftlich tätiger Verein oder gGmbH)
- ⇒ Durchführen der ersten Tagestouren:
  - Tagesführungen mit Transport für Kleingruppen, Kurgäste etc. in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg

#### 4.2.3 Konsolidierungsphase (3. Jahr)

##### Ziel

Im dritten Jahr sollten die Aktivitäten der Incoming-Agentur soweit ausgebaut werden, dass die Erlöse die Kosten dieses Bereiches abdecken.

Mit der Gründung eines wirtschaftlich tätigen Vereins bzw. einer gGmbH wird die unternehmerische Haltung auch nach außen kommuniziert.

##### Maßnahmen

- ⇒ Gründung einer gGmbH (bzw. eines Vereins)
- ⇒ Fortlaufende Beratungsleistungen und Gutachtertätigkeit

- ⇒ Pressearbeit
- ⇒ Konzentration der wirtschaftlichen Tätigkeiten auf Reisemittlertätigkeit
- ⇒ Pflege und Ausbau Kooperationsnetzwerk mit Reiseveranstaltern und Reisemittlern: Akquise Leistungsanbieter in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Berlin und Hamburg, Weiterentwicklung und Ausbau der Vertriebskanäle
- ⇒ Ständige Weiterentwicklung der Produkte, Anzeigenakquise etc.
- ⇒ Durchführung der Tagestouren
- ⇒ Vermittlung von barrierefreien Angeboten anderer Veranstalter und Dienstleister (Unterkünfte, Ausflüge, Transportmittel etc.)
- ⇒ Tagesführungen für Klein-Gruppen Behinderter & Senioren bis 5 Personen (davon bis zu 3 im Rollstuhl) "von der Müritz bis zur Ostsee" - mit dem Auto
- ⇒ Tagestouren für Kleingruppen und Individuelle Reisende (z.B. Kurgäste) in der Müritzregion sowie in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg
- ⇒ Internetmarketing
- ⇒ Umsetzung der Marketingaktivitäten

### 4.3 Finanzen

Eine genaue Aufschlüsselung der Kosten und möglichen Erlöse für die ersten drei Jahre des Kompetenzzentrums ist im Zusatzbericht „Kosten- und Erlösmodelle“ dargestellt.

Es werden jeweils zwei Szenarien (best case – worst case) vorgestellt. Ein realistisches Kosten-Erlös-Modell wird sich höchstwahrscheinlich in diesem Mittel ergeben.

Die Eigenfinanzierungsquote des Kompetenzzentrums liegt günstigstenfalls bei 51%. Im ersten Jahr sind aufgrund der umfangreichen notwendigen Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit keine Einnahmen zu erwarten. Die Einnahmen werden vorrangig aus dem touristischen Arbeitsbereich des Zentrums (Vermittlung, Internetmarketing und Durchführung von Tagestouren) generiert.

	3. Jahr		2. Jahr		1. Jahr	
	Best case	Worst case	Best case	Worst case	Best case	Worst case
Summe Investitionen					23743,24	23743,24
Gesamte Kosten	74061,78	89309,78	66655,86	88304,87	57577,04	78858,04
Summe Erlöse	36682,50	14813,75	14015,75	5627,88	0,00	0,00
Finanzierungslücke	-37379,28	-74496,03	-52640,11	-82676,99	-57577,04	-78858,04
<b>Eigenfinanzierungsquote</b>	<b>51%</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	<b>7%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>

## 4.5 Standort

Der Standort ist nicht maßgeblich ausschlaggebend für den Erfolg des Vorhabens. Das heißt, das Kompetenzzentrum muss nicht zentral gelegen sein. Wichtig sind barrierefreie Büroräume für mobilitätseingeschränkte Mitarbeiter bzw. Besucher.

Ein möglicher Standort ist das EGZ Müritz – Existenzgründer- und Kompetenzzentrum Müritz. Die Vorteile dieses Standortes sind:

- behindertengerechte Räumlichkeiten und Parkplätze
- Mietkonditionen, die einen Start erleichtern
- Beratungsräume mit modernster Vorführ- und Kommunikationstechnik

## 4.6 Personal

Es wird vorgeschlagen, zwei Personalstellen für den Betrieb des Kompetenzzentrums einzurichten. Insbesondere im ersten Jahr werden beide Angestellte intensiv Beratung und Öffentlichkeitsarbeit zur Problematik des barrierefreien Tourismus betreiben müssen, um Interesse und aktive Unterstützung von Seiten der Unternehmer, Touristiker und Politiker ein zu werben.

### 4.6.1 Berater und Produktentwickler für barrierefreien Tourismus

#### Aufgaben

- ⇒ Beratung von touristischen Dienstleistern bei Ausstattung, Serviceangeboten und Infrastruktur
- ⇒ Enge Zusammenarbeit mit Interessensverbänden in MV und Deutschlandweit
- ⇒ Pressearbeit
- ⇒ Koordinierungs- und Lobbyarbeit bei Verbänden, Politik und Verwaltung
- ⇒ Koordination der Qualitätskontrollen
- ⇒ Aufbereitung der Informationen für Internet und Print
- ⇒ Unterstützung der Agentur im operativen Geschäft
- ⇒ Sekretariatsaufgaben

#### Kompetenzen

- ⇒ Touristische Ausbildung von Vorteil
- ⇒ Kaufmännische Kenntnisse
- ⇒ Kenntnisse der Zielgruppe behinderte Reisende und Senioren
- ⇒ Motivation in der Arbeit mit behinderten Menschen und Senioren
- ⇒ Kontaktfreudigkeit
- ⇒ Kommunikationsstärke
- ⇒ Verhandlungsgeschick
- ⇒ Hohe Kundenorientierung, Überzeugungskraft

## 4.6.2 Vertriebs- und Marketingspezialist für barrierefreien Tourismus

### Aufgaben

- ⇒ Akquise von touristischen Leistungen in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg: Übernachtung, Transport, Ausflüge etc.
- ⇒ Koordination und Steuerung der Vermittlung
- ⇒ Zusammenstellung, Organisation und Durchführung der Eintagestouren
- ⇒ Aufbau von Kooperationspartnerschaften und Pool von Honorarkräften: Reisebegleiter, Pfleger, Krankenschwestern, Laienpfleger etc.
- ⇒ Vertragsverhandlungen (Vermittlerverträge), Preiskalkulation sowie Marketing- und Vertriebsplanung
- ⇒ Internetmarketing, Erstellung von Werbematerialien
- ⇒ Pressearbeit, Beratung und Information der Kunden

### Kompetenzen

- ⇒ Marketing- und Vertriebskenntnisse
- ⇒ Kaufmännische Fähigkeiten
- ⇒ Kenntnisse der touristischen Zielgruppe behinderte Reisende und Senioren
- ⇒ Motivation in der Arbeit mit behinderten Menschen und Senioren
- ⇒ Ausgeprägte Kontaktfreudigkeit
- ⇒ Kommunikationsstärke
- ⇒ Verhandlungsgeschick
- ⇒ Hohe Kundenorientierung
- ⇒ Überzeugungskraft

## 4.7 Organisation

### Ziel

Nach den drei Jahren der Anlauf-, Aufbau- und Konsolidierungsphase soll ein wirtschaftliches Unternehmen gegründet werden. Der Zweck des Unternehmens ist gemeinnützig und benötigt die Erlöse für die Finanzierung der wirtschaftlichen und nicht wirtschaftlichen Tätigkeiten.

### Ablauf

1. Kooperation zwischen dem Allgemeinen Behindertenverband in Deutschland/ Kreisverband Müritz e.V. und dem Regionalen Tourismusverband Mecklenburger Seenplatte e.V. (Vertragsentwurf siehe Anhang VIII)

- ⇒ Vertragliche Regelung über die gemeinsame Beantragung von Fördermitteln für die Umsetzung des Konzeptes
  - ⇒ Festlegung der Gründung einer Arbeitsgemeinschaft zur Umsetzung der beantragten Projekte
2. Gründung einer Arbeitsgemeinschaft bestehend aus Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland, Kreisverband „Müritz“ e.V. und Tourismusverband Mecklenburger Seenplatte e.V. (Vertragsentwurf siehe Anhang IX)
- ⇒ Eine ArGe entspricht einer Gesellschaft des bürgerlichen Rechts
  - ⇒ Gesellschafter sind die beiden Verbände
  - ⇒ Bestimmung der Mitglieder der Gesellschafterversammlung
  - ⇒ Vertragliche Festlegung der Aufgaben, Einlagen, Aufgaben etc.
3. Ausgründung eines wirtschaftlich tätigen Vereins oder einer gGmbH als Touristikagentur und Incoming-Veranstalter

**Vor- und Nachteile der Gesellschaftsformen Verein, gGmbH und GmbH (eigene Darstellung)**

Verein	gGmbH ( <b>unsere Empfehlung</b> )	GmbH
Privatrechtliche Organisationsform mit wirtschaftlicher Tätigkeit	Privatwirtschaftliches Unternehmen mit gemeinnützigem, mildtätigem oder kirchlichem Zweck	Privatwirtschaftliches Unternehmen mit gewerblichen Zweck
Interessensvertretung der Mitglieder	Gesellschafter sind Entscheidungsträger (rechtlich und wirtschaftlich selbstständig) gGmbH bestimmt Preise und Produkte Wirtschaftlichen Aktivitäten sind unabhängiger von Vereinsinteressen	Gesellschafter sind Entscheidungsträger (rechtlich und wirtschaftlich selbstständig) GmbH bestimmt Preise und Produkte Wirtschaftlichen Aktivitäten sind unabhängiger von Vereinsinteressen
Vorstand des Vereines vertritt diesen nach außen	Geschäftsführer vertritt diese nach außen Aufgabe Gesellschafter: Feststellung Jahresabschluss, Verwendung der Gewinne, Bestellung bzw. Abrufung Geschäftsführung	Geschäftsführer vertritt diese nach außen Aufgabe Gesellschafter: Feststellung Jahresabschluss, Verwendung der Gewinne, Bestellung bzw. Abrufung Geschäftsführung
Haftung mit kompletten Vereinsvermögen	Haftung mit Stammkapital (25.000 EURO) <b>könnte geringer werden!</b> <sup>4</sup>	Haftung mit Stammkapital (25.000 EURO) <b>könnte geringer werden!</b>
	Ausdruck einer unternehmerischen Haltung (mit der Bezeichnung GmbH Kommunikation der unternehmerischen Betätigung)	
2 oder 3 durch die Mitgliederversammlung gewählte Kassenprüfer prüfen Jahresrechnung	Sicherstellung der Fachlichkeit der wirtschaftlichen Aktivitäten durch externe Wirtschaftsprüfer	
Einfaches Gründungsverfahren (hinsichtlich Kosten und Aufwand)	Aufwendung des Stammkapitals Notarielle Beurkundung, Eintragung ins Handelsregister	Aufwendung des Stammkapitals Notarielle Beurkundung, Eintragung ins Handelsregister

<sup>4</sup> Es gibt Bestrebungen des Gesetzgebers, die Höhe der notwendigen Stammeinlage bei GmbH und gGmbH deutlich zu senken.

#### 4.8 Fazit

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzen von Kompetenzen und Synergien aus Behindertenverband und Tourismusverband (Marketing- und Vertriebswege, Netzwerk mit Interessensverbände, Kenntnisse über Bedürfnisse der Zielgruppe behinderte Reisende und Senioren)</li> <li>▪ Beratungsleistungen von Unternehmern und öffentlichen Einrichtungen sowie Vermarktung und Vertrieb unter einem Dach</li> <li>▪ Tätigkeitsbereich der Incoming-Agentur könnte ab dem 3. Jahr mit den Umsätzen abgedeckt werden</li> <li>▪ Erfüllung volkswirtschaftlich wichtiger Aufgabe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ständiger Finanzbedarf für den Tätigkeitsbereich Beratung aus öffentlichen Mitteln oder Sponsoren</li> <li>▪ Abhängigkeit von Fördergeldern zumindest in den ersten zwei Jahren</li> <li>▪ Abhängig von ehrenamtlichen Tätigkeiten und Fördergeldern für Beratungsbereich</li> <li>▪ Notwendigkeit zum Einwerben von Sponsorengeldern</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung des Incoming-Tourismus für die Region Müritz und Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>▪ Erzeugen von Nachfragedruck bei touristischen Anbietern</li> <li>▪ Steigende Nachfrage nach barrierefreien Reiseangeboten</li> <li>▪ Entwicklungsmöglichkeiten hin zum Reiseveranstalter</li> <li>▪ Zielvereinbarung zwischen Dehoga und Interessensverbänden – Kategorien in Hotelklassifizierung</li> <li>▪ Ausweitung des thematischen und geographischen Aktionsraumes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qualität des zu beschäftigenden Personals</li> <li>▪ Evt. Keine Bereitschaft für Beratungsleistungen zu zahlen</li> <li>▪ Mangelnde Einsicht in die Marktchancen bei Leistungsträgern</li> <li>▪ Leistungen und Angebote gehen z.T. an der Region Müritz vorbei und kommen anderen „zu Gute“</li> </ul>

## 5 Weiterführende Informationen

### 5.1 Fördermöglichkeiten

Förderprogramm	Art der Förderung	Fördermittelgeber
ASP/SAM Verhinderung von Langzeitarbeitslosigkeit	Personalförderung Siehe Anlage	Landesversorgungsamt MV Außenstelle Neubrandenburg Neustrelitzer Straße 120 17033 Neubrandenburg
ASP/GAP Arbeitsplätze in Gemeinwohlorientierten Arbeitsförderprojekten	Personalförderung Siehe Anlage	
ASP/GAP berufliche Chancengleichheit Männer und Frauen	Personalförderung Siehe Anlage	
GA „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur	Landkreis Waren ist Fördergebiet A In Abhängigkeit von den konkreten Vorhaben zeitnah recherchieren Siehe Anlage	Wirtschaftsministerium
Begleitende Hilfe im Arbeitsleben schwer behinderter Menschen	Leistungen an Arbeitgeber Siehe Anlage	Integrationsamt MV Integrationsfachdienst „Wegweiser“ e.V. Frau Radtke Gebrüder-Boll-Starße 1 17033 Neubrandenburg
Basisförderung		Geschäftsstelle Aktion-Mensch Bereich Förderung Frau Quantius Heinemannstraße 36 53175 Bonn
Projektförderung	Auf der Grundlage des REK	LEADER+ Aktionsgruppe Mecklenburgische Seenplatte – Müritz Frau Wilisch
GA-Förderung über Regionalmanagement Mecklenburger Seenplatte	Förderung von Marketingaktivitäten	Amt für Raumordnung und Landesplanung Mecklenburger Seenplatte Herr Lübke Tel. 0395 3803000

## 5.2 Studien und Handbücher

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (2003): *Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle*, Münster und Berlin.

ADAC (2003): *Barrierefreier Tourismus für alle. Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote*, München.

NatKo (2002): *Tourismus für Alle. Themenpaket zu barrierefreiem Tourismus*, Mainz.

Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern (2004): *Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010*, Schwerin.

Stadt Münster (2003): *Bauen für alle – Barrierefrei. Checkliste für barrierefreies Bauen*, Münster.

Lebenshilfe Wittmund e.V.: *Natur für alle. Planungshilfen zur Barrierefreiheit*, [www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de)

Beate Schneider (2003): *Touristische Infrastruktur unter dem Gesichtspunkt barrierefreies Bauen im Müritz Nationalpark. Entwurf eines barrierefreien Wanderwegekonzeptes für den Bereich Blankenförde, Babke, Zotzensee und Boek sowie weiterer Gebiete im Nationalpark*.

## **Anhang**

<b>Anhang I</b>	<b>Datenbank Information</b>
<b>Anhang II</b>	<b>Datenbank An- und Abreise</b>
<b>Anhang III</b>	<b>Datenbank Übernachtung</b>
<b>Anhang IV</b>	<b>Datenbank Transport vor Ort</b>
<b>Anhang V</b>	<b>Datenbank Aufenthalt/ Attraktionen, Aktivitäten, Gastronomie</b>
<b>Anhang VI</b>	<b>Datenbank Service vor Ort, Medizinische Versorgung</b>
<b>Anhang VII</b>	<b>Vertragsentwurf Kooperation</b>
<b>Anhang VIII</b>	<b>Vertragsentwurf ArGe</b>

<b>Anhang I</b>	<b>Datenbank Information</b>
<b>Anhang II</b>	<b>Datenbank An- und Abreise</b>
<b>Anhang III</b>	<b>Datenbank Übernachtung</b>
<b>Anhang IV</b>	<b>Datenbank Transport vor Ort</b>
<b>Anhang V</b>	<b>Datenbank Aufenthalt/ Attraktionen, Aktivitäten, Gastronomie</b>
<b>Anhang VI</b>	<b>Datenbank Service vor Ort, Medizinische Versorgung</b>

**Auf CD-Rom als**

- ⇒ **EXCEL-Datei**
- ⇒ **ACCESS-Datei**

Anhang VII            Vertragsentwurf Kooperation

**Kooperationsvereinbarung für den barrierefreien Tourismus**

Der    Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland (ABiD)  
        LV Mecklenburg-Vorpommern / Kreisverband „Müritz“  
        „Für Selbstbestimmung und Würde“ e.V.  
        Teterower Strasse 15  
        17192 Waren / Müritz  
        Tel/ Fax (03991) 731893

Und

der Regionale Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. (TV),

jeweils vertreten durch Ihren Vorstand schließen folgende Kooperationsvereinbarung:

1. Ziel der Vereinbarung

Beide Verbände möchten gemeinsam ein Kompetenzzentrum für barrierefreien Tourismus in den Verbandsregionen ins Leben rufen, welches auf der einen Seite touristische Leistungsanbieter in Fragen des barrierefreien Tourismus berät und Lobbyarbeit leistet und auf der anderen Seite als Incoming-Agentur für barrierefreien Tourismus tätig ist.

2. Förderung

Zu diesem Zweck werden beide Verbände für ein gemeinsames Projekt Fördergelder einwerben nach folgenden Kriterien:

.....  
.....  
.....

3. Gründung einer ArGe

Im Falle der positiven Entscheidung über die Förderanträge beider Verbände verpflichten sich diese, für die Dauer der Projektlaufzeit eine „Arbeitsgemeinschaft barrierefreier Tourismus“ gemäß dem in Anlage beigefügten Gesellschaftsvertrag zu gründen.

Diese ArGe kann nach Ende der Förderung in eine GmbH oder eine gGmbH umgewandelt werden.

Unterschriften

**Gesellschaftsvertrag der Arbeitsgemeinschaft barrierefreier Tourismus**

Der Allgemeiner Behindertenverband in Deutschland (ABiD)  
LV Mecklenburg-Vorpommern / Kreisverband „Müritz“  
„Für Selbstbestimmung und Würde“ e.V.  
Teterower Strasse 15  
17192 Waren / Müritz  
Tel/ Fax (03991) 731893

vertreten durch den Vorstand

und

der Regionale Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. (TV), vertreten durch den Vorstand

schließen folgenden Gesellschaftsvertrag:

**§ 1 Errichtung**

Der ABiD und der TV errichten hiermit eine Arbeitsgemeinschaft (ArGe) in Form einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts.

**§ 2 Unternehmensgegenstand**

Zweck der Gesellschaft ist die Förderung des barrierefreien Tourismus und der gemeinschaftliche, gewerbsmäßige Betrieb eines Kompetenzzentrums für barrierefreien Tourismus mit allen vorkommenden Arbeiten sowie allen zur Förderung dieses Geschäfts dienlichen Maßnahmen und Rechtsgeschäften.

**§ 3 Name der Gesellschaft**

Die Gesellschaft führt den Namen "Arbeitsgemeinschaft für Barrierefreien Tourismus".

**§ 4 Geschäftsräume**

Die Geschäfts- und Betriebsräume befinden sich in Waren, ...

**§ 5 Beteiligung**

Die Gesellschafter sind an der Gesellschaft mit folgenden Anteilen beteiligt:

Der Behindertenverband zu 50 %,

Der Tourismusverband zu 50 %.

## **§ 6 Einlagen**

Die Gesellschafter leisten ihre Einlagen wie folgt:

- a) der ABiD durch Banküberweisung auf das Konto der Gesellschaft von ... Euro, sowie die Endsendung von einem Mitarbeiter, deren Tätigkeit allein dem Kompetenzzentrum zur Verfügung stehen soll.
  
- b) der TV durch Banküberweisung auf das Konto der Gesellschaft von ... Euro, sowie die Endsendung von einem Mitarbeiter, deren Tätigkeit allein dem Kompetenzzentrum zur Verfügung stehen soll.

## **§ 7 Fälligkeit der Einlagen**

Die Einlagen sind in ... gleichen Raten jeweils fällig ....

Nicht rechtzeitig gezahlte Bareinlagebeträge sind ab Fälligkeit mit ... % zu verzinsen.

## **§ 8 Sonstige Beiträge**

Jeder Gesellschafter ist verpflichtet, der Gesellschaft die volle Arbeitskraft des von ihm eingebrachten Personals zur Verfügung zu stellen.

Die Gesellschafter dürfen im Geschäftszweig der Gesellschaft keine Konkurrenzgeschäfte betreiben, sei es auf eigene oder fremde Rechnung, sei es unmittelbar oder mittelbar, und sich an Wettbewerbsunternehmen weder mittelbar noch unmittelbar beteiligen. Ausgenommen sind rein kapitalistische Beteiligungen, soweit sie den Bestand und die Erhaltung des von der Gesellschaft betriebenen Unternehmens nicht gefährden.

## **§ 9 Geschäftsführung und Vertretung, Gesellschafterversammlung**

Jeder der beiden Verbände stellt drei Mitglieder des Vorstandes, die die Gesellschafterversammlung bilden. Die Gesellschafterversammlung, die ihre Beschlüsse mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen fasst, wählt den Geschäftsführer. Er kann von den Beschränkungen des § 181 BGB befreit werden.

Zu Gesellschafterversammlungen kann jedes Mitglied der Gesellschafterversammlung, jeder der beiden Verbände und der Geschäftsführer mit einer Frist von 14 Tagen unter Übersendung der Tagesordnung laden. Der Geschäftsführer hat wenigstens eine Gesellschafterversammlung im Kalenderjahr abzuhalten.

## **§ 10 Informationsrechte der Gesellschafter**

Jeder der beiden Verbände und jedes Mitglied der Gesellschafterversammlung ist berechtigt, jederzeit nach vorheriger Anmeldung die Unterlagen und Bücher der Gesellschaft in deren Geschäftsräumen einzusehen, sich aus ihnen eine Übersicht über den Stand des Gesellschaftsvermögens anzufertigen und von dem anderen Gesellschafter Erläuterungen zu verlangen.

Er kann dabei einen zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Dritten auf eigene Kosten hinzuziehen.

### **§ 11 Geschäftsjahr**

Geschäftsjahr der Gesellschaft ist das Kalenderjahr. Das erste Geschäftsjahr endet am 31. Dezember des Jahrs, in welchem die Gesellschaft begonnen hat.

### **§ 12 Buchführung und Rechnungsabschluss**

Die Gesellschaft hat gemäß den steuerrechtlichen Vorschriften Bücher zu führen und binnen sechs Monaten nach Ablauf eines jeden Geschäftsjahrs einen Jahresabschluss in der Form der Steuerbilanz zu erstellen.

Die Steuerbilanz ist für die Rechtsverhältnisse der Gesellschafter untereinander maßgeblich. Falls ein Jahresabschluss nachträglich berichtigt werden muss, insbesondere infolge einer Betriebsprüfung, ist der berichtigte Abschluss maßgebend.

Mit der Buchführung und Erstellung des Jahresabschlusses hat die Gesellschaft einen Angehörigen der Steuerberatenden Berufe zu beauftragen.

### **§ 13 Feststellung des Jahresabschlusses**

Mit dem Beschluss der Gesellschafterversammlung ist der Jahresabschluss verbindlich festgestellt. Einigen die Mitglieder der Gesellschafterversammlung sich über den Jahresabschluss nicht binnen eines Monats, nachdem er ihnen vorgelegt wurde, so wird der Jahresabschluss auf Kosten der Gesellschaft von einem von der zuständigen Industrie- und Handelskammer zu bestimmenden Sachverständigen mit verbindlicher Wirkung für alle Gesellschafter festgestellt.

Der Sachverständige muss Angehöriger der Steuerberatenden Berufe sein.

### **§ 14 Gewinn- und Verlustverteilung**

Jeder Gesellschafter hat am Gewinn und Verlust einen gleich hohen Anteil.

### **§ 15 Dauer der Gesellschaft**

Die Gesellschaft beginnt am .... Ihre Dauer ist unbestimmt.

### **§ 16 Kündigung**

Jeder Gesellschafter kann die Gesellschaft schriftlich unter Einhaltung einer Frist von ... Monaten zum Ende eines Kalenderjahrs kündigen, erstmals zum 31.12. ....

### **§ 17 Schriftform**

Änderungen und Ergänzungen dieses Gesellschaftsvertrags bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für einen etwaigen Verzicht auf das Erfordernis der Schriftform selbst. Mündliche Nebenabreden bestehen

nicht.

**§ 18 Salvatorische Klausel**

Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags unwirksam sein oder werden, wird die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt.

Die Gesellschafter verpflichten sich, die unwirksame Bestimmung durch eine wirksame zur ersetzen, deren Zweck dem der weggefallenen Bestimmung möglichst nahe kommt.

..., den ...

---

---